



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
“COSTA AZUL” LTDA. EN EL CANTÓN
LA LIBERTAD, PROVINCIA
DE SANTA ELENA
AÑO 2014-2018.”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA: CARMEN SILVIA MACAS GUAMÁN.

TUTOR: Econ. VLADIMIR SORIA FREIRE, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**“DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO
“COSTA AZUL” LTDA. EN EL CANTÓN
LA LIBERTAD, PROVINCIA
DE SANTA ELENA
AÑO 2014-2018.”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA: CARMEN SILVIA MACAS GUAMÁN.

TUTOR: Econ. VLADIMIR SORIA FREIRE, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

2014

La Libertad, Enero del 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “**DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO COSTA AZUL LTDA. EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014-2018**”, elaborado por la Srta. Carmen Silvia Macas Guamán, Egresada de la Carrera de Administración de Empresas, Escuela de Administración, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

.....
Econ. VLADIMIR JOSÉ SORIA FREIRE, MSc.
TUTOR

DEDICATORIA

Una etapa más culminada en el transcurso del tiempo, y muchas experiencias vividas para llegar al éxito, hoy inicia una nueva meta.

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios por la sabiduría y el guía en mi vida, a Mis Padres María Guamán y Jorge Macas por todo el apoyo que me brindan en cada paso que doy, a mis queridos hermanos Patricia y Jorge Iván por sus consejos que me hacen mejor cada día.

A mis amigos Carmen, Rossy, Yury, Juan y Darwin que han sido un pilar fundamental en mi proceso profesional y personal.

Carmen

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme fortaleza y perseverancia en el cumplimiento de mis metas, a la Universidad Estatal Península de Santa Elena por ser mi segundo hogar, a mis docentes que formaron parte importante de mi etapa estudiantil universitaria por cada enseñanza y conocimiento impartido. A mi tutor Econ. Vladimir Soria por su asesoría en el trabajo de titulación.

A mis padres por su comprensión y paciencia, a los Ing. Carmen Zambrano, Ing. Juan Perero por todo su apoyo incondicional en cada momento.

A todas las personas que me brindaron su apoyo en cada circunstancia.

Carmen

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA DE FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Ing. Jairo Cedeño Pinoargote, MBA.
DIRECTOR
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

Econ. Vladimir Soria Freire, MSc.
TUTOR

Econ. Karina Bricio Samaniego, MIM
PROFESOR DEL ÁREA

Ab. Milton Zambrano Coronado, MSc.
SECRETARIO GENERAL - PROCURADOR

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COOPERATIVA DE
AHORRO Y CRÉDITO COSTA AZUL LTDA. EN EL
CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE
SANTA ELENA AÑO
2014-2018.”**

Autor: Srta. Carmen S. Macas Guamán.

Tutor: Econ. Vladimir Soria Freire. MSc.

RESUMEN

El Diseño de un Plan Estratégico para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., tiene el propósito de aportar en el desarrollo de la organización, cumpliendo metas, objetivos y estrategias de corto, mediano y largo plazo que la lleven al éxito empresarial y la convierta en más competitiva. La problemática radica en la falta de un Plan Estratégico en la Cooperativa, generando una desventaja en su actividad comercial y siendo la causa de su bajo rendimiento en el mercado, generando una mala comunicación entre sus miembros; no tener establecido objetivos a un determinado plazo del cual se convierte en una gran desventaja en el medio que se desarrolla su actividad comercial. El estudio se basa en una investigación de tipo descriptivo-explicativo que busca diseñar el Plan Estratégico con una estructura organizacional, motivación laboral, un enfoque estratégico, metas u objetivos estratégicos que sirvan de base para que el talento humano se sienta identificado. Se aplicaron métodos y técnicas de investigación, en el caso de los métodos se consideró el método inductivo – deductivo, en el caso de las técnicas se consideró la Encuesta con el propósito de determinar la situación actual del objeto de estudio y las Entrevistas con preguntas de tipo abiertas para recabar información generalizada aplicada a la gerente de la institución, la población considerada fueron los Socios, empleados y clientes de la Cooperativa. La propuesta está estructurada como una herramienta de apoyo para el fortalecimiento de la gestión administrativa, considerando los elementos estratégicos como la filosofía, misión, visión, valores, objetivos y procedimientos que facilitan la aplicación de la propuesta durante su ejecución, siendo un proyecto viable que será de aporte al desarrollo o crecimiento económico y social. De tal manera que la organización puede establecer y aplicar planes de acción que permitan ser una institución más competitiva en el medio financiero.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO	iv
TRIBUNAL DE GRADO	v
RESUMEN.....	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xv
INTRODUCCIÓN	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	3
1. TÍTULO DEL TEMA DE TESIS	3
2. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
3. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.....	6
4. OBJETIVOS.....	7
5. HIPÓTESIS	8
CAPÍTULO I.....	11
MARCO TEÓRICO	11
1.1. QUE ES UN PLAN ESTRATÉGICO:.....	11
1.2. IMPORTANCIA DE UN PLAN ESTRATÉGICO:	11
1.3. PARA QUÉ SIRVE UN PLAN ESTRATÉGICO.....	12
1.4. COMO PREPARAR UN PLAN ESTRATÉGICO.....	13
1.5. MODELOS DE PLAN ESTRATÉGICO.....	15
1.6. ELEMENTOS DE UN PLAN ESTRATÉGICO.....	17
1.6.1. Filosofía.....	17
1.6.2. Misión.....	17
1.6.3. Visión.....	17
1.6.4. Objetivos y Metas.....	18
1.6.5. Valores	18
1.6.6. Análisis estratégico F.O.D.A – D.A.F.O	19

1.6.7.	Estrategias	20
1.6.8.	Cursos de Acción.....	21
1.6.9.	Políticas	21
1.6.10.	Programas.....	21
1.6.11.	Proyectos.....	22
1.6.12.	Procedimientos	22
1.6.13.	Monitoreo y Supervisión	22
1.6.14.	Seguimiento y Control	23
1.6.15.	Presupuestación.....	23
1.7.	IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES Y SUS DIMENSIONES.....	23
1.7.1.	Variable X Estrategias.....	24
1.7.1.1.	Dimensiones Variable X	25
1.7.2.	Variable y Competitividad	28
1.7.2.1.	Dimensiones Variable Y	29
1.8.	MARCO LEGAL	31
1.8.1.	Reglamento a la Ley Orgánica Economía Popular y Solidaria	31
1.8.2.	Registro Oficial de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria	32
1.8.3.	Plan del Buen Vivir 2013-2017.....	35
	CAPÍTULO II	37
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	37
2.2.	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	38
2.3.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.	39
2.4.	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	40
2.5.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	41
2.6.	INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.	45
2.7.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	46
2.7.1.	Población.....	46
2.7.2.	Muestra.	46
2.7.2.1.	Muestreo Por Criterios	47
2.7.2.2.	Muestro Aleatorio Simple	47
2.8.	PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	48
	CAPÍTULO III.....	50
	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	50

3.1.	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN	50
3.2.	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA	50
3.3.	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA.	52
3.3.1.	Resultados de la encuesta aplicada al Talento Humano que labora en la Cooperativa.	52
3.3.2.	Resultados de la encuesta aplicada a los Socios de la Cooperativa.	65
3.3.3.	Resultados de la encuesta aplicada a los clientes de la Cooperativa.	72
	CONCLUSIONES.....	80
	RECOMENDACIONES.....	81
	CAPÍTULO IV	82
	DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "COSTA AZUL" LTDA., EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014-2018.....	82
4.1.	ANTECEDENTES	82
4.2.	DEFINICIÓN DEL NEGOCIO.....	83
4.3.	DATOS FINANCIEROS.....	83
4.4.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.	85
4.5.	ELEMENTOS DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO COSTA AZUL LTDA.	90
4.5.1.	Filosofía.....	90
4.5.2.	Misión.....	90
4.5.3.	Visión.....	90
4.5.4.	Objetivos.	90
4.5.5.	Valores Éticos	91
4.5.6.	Valores Corporativos.....	93
4.6.	ANÁLISIS ESTRATÉGICO.	94
4.6.1.	Análisis del ambiente externo.	94
4.6.2.	Análisis del ambiente interno.....	96
4.6.3.	Análisis situacional: matriz FODA-DAFO	98
4.7.	ESTRATEGIAS EMPRESARIALES.....	99
4.7.1.	Estrategias promocionales.....	99
4.7.2.	Estrategias publicitarias.....	100
4.7.3.	Estrategias de captación de clientes.	100
4.7.4.	Estrategias de fidelización de clientes.	101

4.8.	CURSOS DE ACCIÓN.....	101
4.9.	POLÍTICAS.....	103
4.10.	PROGRAMAS Y PROYECTOS.....	103
4.11.	PROYECTOS.....	105
4.12.	PRESUPUESTO	110
4.13.	ANÁLISIS FINANCIERO.....	111
4.14.	PROCEDIMIENTOS	113
4.14.1.	Manual de procesos del sistema Econexus.....	114
4.14.1.1.	Cómo registrar un cliente.....	114
4.14.1.2.	Cómo generar las cuentas del cliente.	115
4.14.1.3.	Como registrar notas de débito, notas de crédito, transferencias.	115
4.14.1.4.	Cómo cerrar las cuentas del cliente.....	118
4.14.1.5.	Cómo imprimir los reportes de caja.....	119
4.14.1.6.	Cómo provisionar las cuentas de depósitos.	121
4.14.1.7.	Cómo provisionar las cuentas de inversiones.	122
4.14.1.8.	Cómo acreditar los intereses.	122
4.14.1.9.	Cómo imprimir los movimientos o estados de cuentas del socio.....	124
4.14.1.10.	Como actualizar los movimientos pendientes del socio.	125
4.14.1.11.	Cómo cambiar el capital de un dividendo a cancelarse.....	126
4.14.1.12.	Como obtener los saldos contables.	127
4.14.1.13.	Como cambiar la fecha del comprobante	129
4.14.1.14.	Como ingresar los saldos iniciales del plan de cuentas.....	130
4.14.1.15.	Como obtener la concentración /historial crediticio de un socio.	130
4.14.1.16.	Como obtener listados de clientes por opciones.	131
4.14.1.17.	Cómo bloquear y liberar los fondos de la cuenta de un cliente.....	131
4.14.1.18.	Como modificar las tasas de intereses para depósitos	132
4.14.1.19.	Como modificar cuentas contables para el módulo de depósitos.....	132
4.14.1.20.	Como efectivizar un cheque de la cuenta del cliente.....	133
4.14.1.21.	Como crear una comisión para cobro en caja	134
4.14.1.22.	Como activar las cuentas de un cliente.	136
4.15.	CONCLUSIONES.....	137
4.16.	RECOMENDACIONES.....	138
	BIBLIOGRAFÍA.....	139

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE X	9
TABLA 2 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE Y	10
TABLA 3 POBLACIÓN.....	46
TABLA 4 NIVEL DE IDENTIFICACIÓN CON LA COOPERATIVA.....	52
TABLA 5 TAREAS RELACIONADAS CON PUESTO DE TRABAJO.....	53
TABLA 6 NIVEL DE ACEPTACIÓN DE OPINIONES EN TOMA DE DECISIONES	54
TABLA 7 IDENTIFICACIÓN DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS.	55
TABLA 8 APLICACIÓN DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO.	56
TABLA 9 ASIGNACIÓN DE RECURSOS AL TALENTO HUMANO.....	57
TABLA 10 APLICACIÓN DE PLANES DE ACCIÓN.	58
TABLA 11 ESTRATEGIAS COMPETITIVAS.	59
TABLA 12 ESTRATEGIAS DE MARKETING.	60
TABLA 13 INCREMENTO EN PRODUCTIVIDAD LABORAL.	61
TABLA 14 ESTABLECIMIENTO DE METAS.....	62
TABLA 15 ANALISIS DEL ENTORNO DE MERCADO.....	63
TABLA 16 SENTIDO DE PERTENENCIA.	65
TABLA 17 CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS.	66
TABLA 18 DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO.....	67
TABLA 19 PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORA DEL DESEMPEÑO.....	68
TABLA 20 IMAGEN DE COOPERATIVA EN MERCADO FINANCIERO.	69
TABLA 21 NUEVAS AFILIACIONES- SOCIOS.....	70
TABLA 22 GRADO DE SATISFACCIÓN	72
TABLA 23 ÍNDICE DE ATENCIÓN AL CLIENTE.....	73
TABLA 24 TIEMPOS DE ATENCIÓN A SOLICITUDES O REQUERIMIENTOS.	74
TABLA 25 TIPOS DE SERVICIOS DE LA COOPERATIVA.	75

TABLA 26 RECONOCIMIENTO EN MERCADO FINANCIERO	76
TABLA 27 MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA PUBLICIDAD.	77
TABLA 28 INSTALACIONES DE LA COOPERATIVA.....	78
TABLA 29 Matriz FODA.....	98
TABLA 30 Plan de Acción	102
TABLA 31 Programas y proyectos.....	104
TABLA 32 PROGRAMA DE POSICIONAMIENTO Y APLICACIÓN DE MARKETING	106
TABLA 33 PROGRAMA DE CAPACITACIÓN AL TALENTO HUMANO	107
TABLA 34 PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO A LA GESTIÓN TRANSACCIONAL	108
TABLA 35. PROGRAMA DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO Y CUMPLIMIENTO DE METAS	109
TABLA 36 PRESUPUESTO.....	110
TABLA 37 ACTIVOS E INVERSIÓN INICIAL.	111
TABLA 38 CALCULO TIR Y VAN	112

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 PROCESO DE ELABORACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO.	14
GRÁFICO 2 MODELO DEL PROCESO DEL PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO	15
GRÁFICO 3 MODELO SOBRE LA METODOLOGÍA DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.....	16
GRÁFICO 4 FODA	19
GRÁFICO 5. NIVEL DE IDENTIFICACIÓN CON LA COOPERATIVA. 52	52
GRÁFICO 6 TAREAS RELACIONADAS CON PUESTO DE TRABAJO 53	53
GRÁFICO 7 NIVEL DE ACEPTACIÓN DE OPINIONES EN TOMA DE DECISIONES.....	54
GRÁFICO 8 IDENTIFICACIÓN DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS.....	55
GRÁFICO 9 APLICACIÓN DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO.	56
GRÁFICO 10 ASIGNACIÓN DE RECURSOS AL TALENTO HUMANO 57	57
GRÁFICO 11 APLICACIÓN DE PLANES DE ACCIÓN.....	58
GRÁFICO 12 ESTRATEGIAS COMPETITIVAS.....	59
GRÁFICO 13 ESTRATEGIAS DE MARKETING.	60
GRÁFICO 14 INCREMENTO EN PRODUCTIVIDAD LABORAL.	61
GRÁFICO 15 ESTABLECIMIENTO DE METAS.	62
GRÁFICO 16 ANALISIS DEL ENTORNO DE MERCADO.....	63
GRÁFICO 17 SENTIDO DE PERTENENCIA.	65
GRÁFICO 18 CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS.....	66
GRÁFICO 19 DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO.....	67
GRÁFICO 21 IMAGEN DE COOPERATIVA EN MERCADO FINANCIERO.....	69
GRÁFICO 22 NUEVAS AFILIACIONES-SOCIOS.....	70
GRÁFICO 23 GRADO DE SATISFACCIÓN.....	72
GRÁFICO 24 ÍNDICE DE ATENCIÓN AL CLIENTE.....	73

GRÁFICO 25 TIEMPOS DE ATENCIÓN A SOLICITUDES O REQUERIMIENTOS.....	74
GRÁFICO 26 TIPOS DE SERVICIOS DE LA COOPERATIVA.	75
GRÁFICO 27 RECONOCIMIENTO EN MERCADO FINANCIERO.....	76
GRÁFICO 28 MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA PUBLICIDAD.	77
GRÁFICO 29 INSTALACIONES DE LA COOPERATIVA.....	78
GRÁFICO 30 Organigrama Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.	84

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA AL TALENTO HUMANO DE LA COOPERATIVA.....	143
ANEXO 2 FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA.	146
ANEXO 3. FORMATO ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA.....	148
ANEXO 4. FORMATO DE ENTREVISTA.....	150
ANEXO 5. LISTADO DE SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO COSTA AZUL LTDA.	153
ANEXO 6. INSTALACIONES DE LA ORGANIZACIÓN.....	154
ANEXO 7 TALENTO HUMANO DE LA COOPERATIVA.....	155
ANEXO 8 EVIDENCIA DE APLICACIÓN DE ENTREVISTA.	156
ANEXO 9 CARTA AVAL DE COOPERATIVA.	157
ANEXO 10 ACUERDO MINISTERIAL DE CONSTITUCIÓN.....	158

INTRODUCCIÓN

De acuerdo al desarrollo económico del Cantón La Libertad localidad considerada como el motor comercial de la Provincia de Santa Elena se identifican organizaciones que buscan el liderazgo en la actividad en la que se desenvuelve y se vuelven competitivas en el ámbito general.

El presente trabajo de titulación identifica como problemática la falta de un Diseño de un Plan Estratégico para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., en el Cantón La Libertad Provincia de Santa Elena, debido a que mediante la observación se hallan diversos motivos que se estacionan como un obstáculo al desarrollo de la organización.

La propuesta tiene una visión hacia el futuro, que permita que la cooperativa se desarrolle en su ámbito competitivo y alcance el liderazgo en su actividad. La metodología aplicada permitió establecer un cronograma de las actividades implantando tiempos, objetivos y finalmente un presupuesto adecuado a las necesidades del objeto de estudio.

Los resultados obtenidos servirán de base para la realización de futuros trabajos investigativos que se centren en este campo económico-comercial, lo cual permitirá adquirir conocimientos que fomenten el desarrollo en el futuro.

Los beneficiarios directos de este trabajo de investigación serán los directivos, socios y talento humano de la organización. Y los beneficiarios indirectos serían los clientes con lo que cuenta la cooperativa.

El trabajo de titulación consta de cuatro capítulos: En el primer capítulo se analizará la fundamentación teórica de un Plan Estratégico, los beneficios, la importancia, estructura, variables al igual que las características por las cuales se aplican dentro del objeto de estudio.

En el segundo capítulo se refiere a la metodología de la investigación, modalidad y tipos de investigación aplicadas; además como otros aspectos importantes como son las técnicas e instrumentos de recopilación de datos.

El tercer capítulo se trata del análisis e interpretación de resultados, mediante el procesamiento de la información a través del cual se obtendrá información relevante.

Finalmente el cuarto capítulo trata sobre el desarrollo de la propuesta de un Plan Estratégico para Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., el mismo que sería diseñado para un periodo del 2014-2018.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1. TÍTULO DEL TEMA DE TESIS

La influencia de las estrategias empresariales en la competitividad, mediante un estudio interno y externo, Diseño de un Plan Estratégico para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa azul año 2014-2018.

2. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Planteamiento del problema

La nueva Provincia de Santa Elena correspondiente a la número 24 del territorio ecuatoriano, caracterizada por el turismo, comercio, artesanías, gastronomía y producción en diferentes áreas productivas fue creada el 7 de noviembre del 2007 según el Registro Oficial 206 (Fuente Pág. Web Asamblea Nacional), siendo descentralizada de la Provincia del Guayas. A nivel nacional es considerada una de las provincias más visitadas por turistas nacionales como internacionales.

El Cantón La Libertad creado el 14 de Abril de 1993, siendo reconocida como la capital comercial de la nueva provincia de Santa Elena, cuenta con una población de 95942 habitantes de zona urbana (INEC Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010). En ella se destaca el comercio, el turismo y el desarrollo micro empresarial que se ha dado en alto porcentaje.

Las cooperativas son instituciones que se encuentran conformadas por una asociación autónoma de personas que se unen voluntariamente, su intención es hacer frente a las necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes de todos los socios mediante una empresa.

La cooperativa de ahorro y crédito COSTA AZUL LTDA., fue creada mediante acuerdo Ministerial N: 0201, el 5 de Marzo del 2010, ubicada en el Cantón La Libertad Barrio Mariscal Sucre Calle Guayaquil y Avenida 7ma, constituida por 26 socios los mismos que tienen fuente de ingreso en negocios de comercio y agricultura.

El siguiente trabajo es basado en una cooperativa emprendedora considerada a nivel del cantón La Libertad como generadora de préstamos para fomentar la creación de nuevos y mejores negocios al igual que incrementar las plazas de empleo.

De acuerdo a la observación directa obtenida en las diferentes áreas se puede identificar problemas en el desarrollo de la organización, falta de estrategias y objetivos a corto, mediano y largo plazo generando que la cooperativa no desarrolle todo su potencial y no sea líder en actividad comercial.

Según el autor Martínez Pedrós Daniel y Artemio Milla Gutiérrez, Introducción al Plan Estratégico, 2012. Plan Estratégico es un documento que sintetiza a nivel económico, financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa.

Según Canter, 1989 el Plan Estratégico es un programa de actuación que consiste en aclarar lo que pretendemos conseguir y cómo se propone conseguirlo, permite plantear objetivos, políticas y acciones que sirvan para mejorar los resultados de la gestión.

También se identificó la falta de asesoría administrativa, lo cual conlleva al ineficiente compromiso con la institución por parte de los colaboradores y al no aprovechamiento de las ventajas que cada uno de ellos debe poseer en su capacidad laboral.

La poca comunicación existente en la cooperativa es otro síntoma identificado en esta problemática, presentándose inconvenientes en la toma de decisiones y demora en créditos otorgados a los clientes. Adicionalmente presenta un inadecuado espacio físico para lo que respecta al desarrollo de las actividades y atención a los clientes siendo esto una prioridad en el ambiente de trabajo.

La cooperativa no cuenta con valores corporativos ya determinados que los identifique con el resto de sus competidores.

De acuerdo a la estructura organizacional, no se encuentra bien distribuidos los puestos de trabajo por motivo a la falta de personal, generando que el trabajador realice más de dos labores correspondientes a diferentes áreas.

Es por eso que se busca diseñar un plan estratégico para la organización, con la finalidad de implementar estrategias, procesos y técnicas que mejoren el desarrollo diario de las actividades.

Formulación del problema (Problema)

¿Cómo influyen las estrategias empresariales en la competitividad de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., del Cantón La Libertad Provincia de Santa Elena año 2014?

Sistematización (Problemas derivados)

¿En qué consisten las estrategias empresariales?, ¿Por qué se realiza las estrategias empresariales?, ¿Cómo se realizan las estrategias empresariales?, ¿Dónde se realizan las estrategias empresariales?, ¿Cómo se miden las estrategias empresariales?, ¿En qué consiste la competitividad?, ¿Por qué se aplica la competitividad?, ¿Cómo se logra la competitividad?, ¿Dónde se lleva a cabo competitividad?, ¿Cómo se mide la competitividad?

3. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.

El Diseño de Plan Estratégico para la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Costa Azul” Ltda., será un documento que permitirá ser una guía para futuros trabajos relacionados con el desarrollo de la organización y su mejoramiento en el ámbito en el que se desenvuelve, por tal efecto en esta investigación se utilizarán definiciones de autores que validen el estudio del objeto.

El plan estratégico es un documento en el que los responsables de una organización (empresarial, institucional, no gubernamental, deportiva) reflejan cual será la estrategia a seguir por su compañía en el mediano plazo. Por ello, un Plan Estratégico se establece generalmente con una vigencia que oscila entre 1 y 5 años (por lo general, 3 años).

La Planeación Estratégica no debe considerarse como una suma continuada de planes estratégicos sino como un proceso que arranca con la aplicación de un método para obtener el plan estratégico y a partir de aquí, con un estilo de dirección que permite a la empresa mantener su posición competitiva dentro de un entorno en permanente y veloz cambio. (Saíenz de Vicuña Ancín José María, El Plan Estratégico en la Práctica, 2009).

En el Diseño de Plan Estratégico para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda. Se utilizará los siguientes instrumentos metodológicos como son:

- La encuesta.
- La entrevista.

A través de estos medios se busca identificar ideas valiosas que ayuden y sean de gran aporte al desarrollo del diseño, generando soluciones oportunas a las diferentes interrogantes de los actores involucrados.

Mediante la realización del presente trabajo de titulación se busca mejorar el ámbito organizacional que permita el desarrollo de la cooperativa por eso radica la

importancia del Diseño de un Plan Estratégico que permita establecer los procesos.

El diseño del Plan Estratégico es pertinente ya que permite llevar una programación de las diferentes estrategias, cursos acción, procedimientos que debe existir en la mentalidad del colaborador, debido a que el cliente es su razón de ser en el negocio y su fuente económica para crecer en el medio en el que se desenvuelve.

Detectando tales aspectos se procede a aplicar planes de acciones que sean de interés a mejoran la imagen y cultura de cada uno de los colaboradores de la cooperativa, siendo esto una estrategia de cómo acaparar más clientela en el mercado y ser más competitivo en su servicio.

Los resultados obtenidos podrán servir de base para mejorar el Desarrollo Organizacional de la Cooperativa siendo competitiva frente a instituciones públicas o privadas de la Provincia de Santa Elena.

Los beneficiarios del Diseño del Plan Estratégico serán los directivos, socios, clientes y talento humano de la cooperativa, esto se verá reflejado en el desarrollo de sus actividades diarias; los beneficiarios indirectos serán los habitantes de la Provincia de Santa Elena ya que podrán contar con un servicio o atención adecuada y de alta calidad que cumpla con las expectativas esperadas.

4. OBJETIVOS

Objetivo General

Evaluar la influencia de las estrategias empresariales en la competitividad, mediante un estudio interno y externo, para el diseño de un Plan Estratégico para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa azul año 2014-2018.

Objetivos Específicos

- Determinar las estrategias a diseñar para la cooperativa mediante la Participación de los colaboradores, dirigentes, socios y clientes (STAKEHOLDERS).
- Identificar las ventajas del trabajo en grupo hacia la competitividad mediante acciones participativas entre colaboradores y dirigentes.
- Analizar los beneficios de la aplicación de estrategias mediante las consultas bibliográficas de expertos.
- Analizar los componentes de la competitividad mediante las consultas bibliográficas.
- Analizar elementos de la competitividad comparando las opiniones de los participantes.
- Identificar las estrategias hacia la competitividad de la cooperativa mediante el análisis del entorno externo e interno.

5. HIPÓTESIS

La influencia de las estrategias empresariales fortalecerá la competitividad, mediante un estudio interno y externo, para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa azul del Cantón la Libertad.

6. VARIABLES

- Variable Independiente: Estrategias Empresariales
- Variable Dependiente: Competitividad.

TABLA 1 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE X

<u>VARIABLES</u>	<u>DEFINICIÓN</u>	<u>DIMENSION</u>	<u>INDICADORES</u>	<u>ITEMS</u>
Variable (X) Estrategias Empresariales	La estrategia empresarial, a veces también llamada gestión estratégica de empresas, es la búsqueda deliberada de un plan de acción que desarrolle la ventaja competitiva de una empresa y la acentúe, de forma que ésta logre crecer y expandir su mercado reduciendo la competencia. La estrategia articula todas las potencialidades de la empresa, de forma que la acción coordinada y complementaria de todos sus componentes contribuya al logro de objetivos definidos y alcanzables. Idealmente, el análisis estratégico debería buscar las relaciones sistemáticas existentes entre las elecciones que realizan la alta dirección y los resultados económicos que obtiene la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Plan de acción ✓ Ventajas competitivas ✓ Producción ✓ Bien o servicio ✓ Recursos ✓ Objetivos estratégicos ✓ Análisis estratégico ✓ Empresa 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Formulación de planes. ✓ Acciones Estratégicas. ✓ Procesos de Producción. ✓ Estrategias de Marketing. ✓ Asignación de recursos ✓ Establecer metas ✓ Factores internos y externos ✓ Estructura Organizacional 	<p>¿La aplicación de nuevos planes de acción permitirá el desarrollo eficiente de la empresa?</p> <p>¿La elaboración de nuevas estrategias competitivas permitirá que la empresa lidere mercado financiero?</p> <p>¿Considera usted que la aplicación de estrategias de marketing logrará acapara nuevos clientes?</p> <p>¿La asignación de los recursos adecuados permitirá aumentar la producción en la empresa?</p> <p>¿El establecimiento de metas permitirá alcanzar los objetivos?</p> <p>¿La identificación de los factores internos y externos permitirá conocer cuáles son las debilidades de la empresa?</p>

ELABORADO POR: Carmen Macas Guamán

TABLA 2 OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE Y

<u>VARIABLES</u>	<u>DEFINICIÓN</u>	<u>DIMENSION</u>	<u>INDICADORES</u>	<u>ITEMS</u>
Variable (Y) Competitividad	La competitividad es la capacidad de una empresa u organización para desarrollar y mantener ventajas que le permiten disfrutar y sostener una posición destacada en el entorno socio económico en que actúan. Se entiende por ventaja aquella habilidad, recurso, conocimiento, atributos, etc., de que dispone una empresa, de la que carecen sus competidores y que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ventajas ✓ Entorno Socioeconómico ✓ Conocimientos ✓ Rendimientos ✓ Atributos del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estrategias Competitivas. ✓ Análisis de entorno financiero. ✓ Aplicación de evaluación de desempeño ✓ Desempeño de los empleados. ✓ Características del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> ¿La aplicación de nuevas estrategias competitivas permitirá tener una ventaja ante la competencia? ¿El análisis del entorno financiero permitirá la aplicación de nuevas estrategias? ¿Considera usted que la aplicación de estrategias de marketing logrará acapara nuevos clientes? ¿La asignación de los recursos adecuados permitirá mejorar el desempeño del talento humano? ¿La aplicación de evaluación de desempeño permitirá conocer el rendimiento del talento humano?

ELABORADO POR: Carmen Macas Guamán

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. QUE ES UN PLAN ESTRATÉGICO:

El Plan Estratégico es un excelente ejercicio para trazar las líneas que marcarán el futuro de la empresa. Se debe ser capaz de diseñar el porvenir de la empresa y, que es más importante, transmitir esas pautas, contrastarlas, convencer al resto de los agentes que interactúan con la organización y cuál es el camino hacia el éxito.

Según Martínez Daniel y Milla Artemio, Introducción al Plan Estratégico 2012; pag 8. Un plan estratégico es el documento que sintetiza a nivel económico-financiero, estratégico y organizativo el posicionamiento actual y futuro de la empresa.

De acuerdo a definiciones analizadas se considera la de José María Sainz de Vicuña Ancín, El Plan estratégico en la práctica, 2012; pág. 39. Que considera que al hablar del plan estratégico de la empresa, nos estamos refiriendo al plan maestro en el que la alta dirección recoge las decisiones estratégicas corporativas que ha adoptado “hoy” (es decir, en el momento que ha realizado la reflexión estratégica con su equipo de dirección), en referencia a lo que hará en los tres próximos años (horizonte más habitual al plan estratégico), para lograr una empresa competitiva que le permita satisfacer las expectativas de sus diferentes grupos de interés (stakeholders).

1.2. IMPORTANCIA DE UN PLAN ESTRATÉGICO:

Según Álvarez M. (2006), menciona que a través del plan estratégico de una organización se identifica de manera clara:

- Qué resultados debe alcanzar (objetivos)
- Como los va alcanzar (estrategias)
- Qué actividad va a desarrollar a lo largo del periodo de la planeación (programa de trabajo)
- Quien y cuando se van a desarrollar dichas actividades (responsables) pág. #28.

Un plan estratégico es importante en la organización porque permite identificar de manera clara hacia dónde quiere llegar, identificar los factores internos y externos que influyen en el cumplimiento de las actividades y que tan competitivo puede ser en el mercado en el que se desarrolla.

1.3. PARA QUÉ SIRVE UN PLAN ESTRATÉGICO.

Entre los propósitos generales para un plan estratégico considerado por Alvarez M. (2006) son:

- Consta con una metodología práctica que le permite a la organización formular y redefinir periódicamente objetivos y estrategias de negocio.
 - Orientar los esfuerzos de la organización hacia la consolidación de su VISIÓN, su MISIÓN, sus objetivos y su posición competitiva.
 - Desarrollar los objetivos específicos de cada área de especialidad (mercadotecnia, ventas, finanzas, recursos humanos, administración, ingeniería, calidad, producción, etc.) congruentes con la VISIÓN y MISIÓN del negocio.
 - Desarrollar los planes de mejora que aceleren el nivel de evolución competitiva de la organización.
 - Garantizar mediante un seguimiento adecuado, el cumplimiento de objetivos.
- Pag. # 26.

Según los autores Martínez Daniel y Milla Artemio, la elaboración del plan estratégico a través del cuadro de mando integral, 2012; pág 9 y 10. El objetivo del plan estratégico puede variar en función de diversos aspectos del tipo de empresa de la situación económico-financiera de la misma, de la madurez del negocio, etc. En cualquier caso, lo que no varían son los beneficios de realizar un plan estratégico, ya que, sea cual sea la estructura, el tipo de negocio, el tamaño o el posicionamiento en el mercado de la organización empresarial permite analizar la viabilidad técnica, económica y financiera del proyecto empresarial.

El plan estratégico, realizado de una forma sistemática, proporciona ventajas notables para cualquier organización empresarial.

- Obliga a la dirección de la empresa a pensar, de forma sistemática en el futuro.
- Identifica los cambios y desarrollo que se pueden esperar.
- Aumenta la predisposición y preparación de la empresa para el cambio.
- Mejora la coordinación de actividades.
- Minimiza las respuestas no racionales a los eventos inesperados (anticipación)
- Reduce los conflictos sobre el destino y los objetivos de la empresa.
- Mejora la comunicación.
- Los recursos disponibles se pueden ajustar mejor a las oportunidades.
- El plan proporciona un marco general útil para la revisión continuada de las actividades.
- Un enfoque sistemático de la formación de estrategias conduce a niveles más altos de rentabilidad sobre la inversión (creación de valor).

1.4. COMO PREPARAR UN PLAN ESTRATÉGICO.

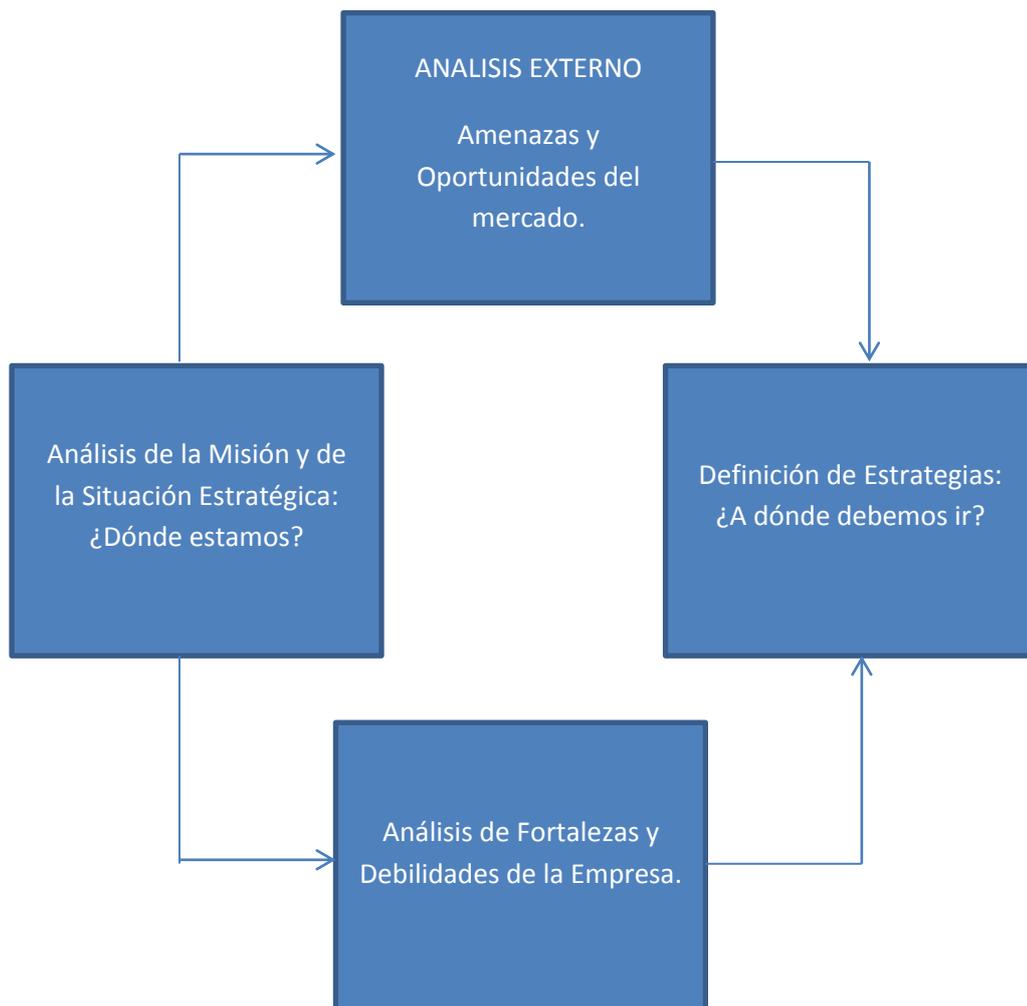
Según Amaru, A (2008) Administración para Emprendedores Pág. 58. Indica que elementos se consideran para la elaboración del Plan que permitirá que la organización se plantee metas, objetivos y estrategias que serán de apoyo para ser identificada en el entorno organizacional.

1. Definir su misión y entienda su situación estratégica (¿Dónde estamos?)
2. Analice el mercado de la empresa para identificar las amenazas y oportunidades.
3. Elabore un diagnóstico de la compañía para evaluar su desempeño y encontrar sus fortalezas y debilidades, con las cuales usted pretende enfrentar las amenazas y aprovechar las conveniencias.
4. Defina sus estrategias (¿A dónde debemos ir?)

GRÁFICO 1 PROCESO DE ELABORACIÓN DE UN PLAN ESTRATÉGICO.

(Administración para Emprendedores)

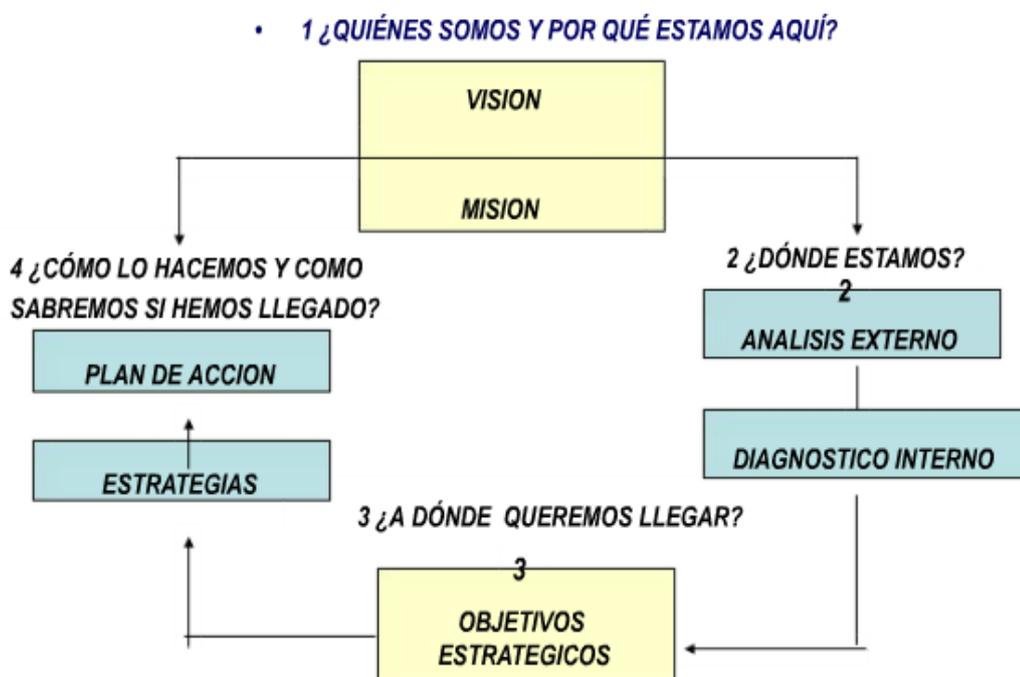
Fuente: AMARU Antonio (2008).



1.5. MODELOS DE PLAN ESTRATÉGICO

A continuación se ilustran modelos de planes estratégicos:

GRÁFICO 2 MODELO DEL PROCESO DEL PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO



Fuente: MAG. Perci Guija E.

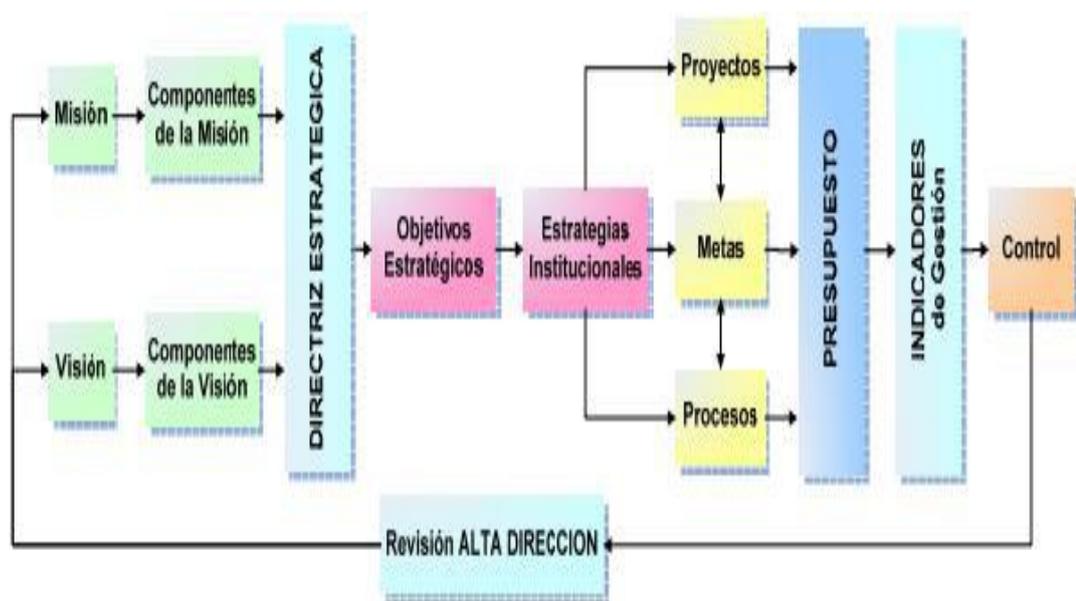
El modelo de plan que se ilustra en el Gráfico N°.2 analiza en primer etapa como es la organización y como se conforma su misión y visión, siendo esto la base para saber cuál es la identidad y la razón de ser de la institución, en la segunda etapa analiza los factores internos y externos que influyen en la organización así pudiendo identificar las ventajas y desventajas que posee.

En la tercera etapa se analiza los objetivos hacia dónde quiere llegar la organización con su actividad comercial, y finalmente la cuarta etapa se analiza cómo se va a llegar a cumplir ese objetivo, que recursos se piensan utilizar para lograr el éxito.

En cuanto al segundo modelo de plan, Gráfico N°. 3 se puede ver que es más complejo pero con la misma finalidad.

Inicia su proceso con el análisis de la misión y visión de la institución y todos sus componentes para formar la directriz estratégica lo cual llevará a plantear los objetivos que serán aplicados a través de estrategias institucionales como los proyectos, metas y procesos identificando así el presupuesto a utilizar, y a través de los indicadores llevar un control a cada actividad a realizarse.

GRÁFICO 3 MODELO SOBRE LA METODOLOGÍA DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA



Fuente Planes estratégicos y lineamientos de proyectos e iniciativas institucionales Dirección general de impuestos internos

Tomando en consideración todas las necesidades que presenta la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., estableciendo cada proceso a ejecutarse, se procederá a adaptarse al medio planteado garantizando un buen desempeño organizacional, y posicionamiento competitivo en el mercado, a través de su análisis tanto interno como externo para obtener información relevante que será fundamental en la toma de decisiones en la organización.

1.6. ELEMENTOS DE UN PLAN ESTRATÉGICO.

1.6.1. Filosofía

GRANADOS M. (2007) “define a la filosofía de la empresa como “el conjunto de valores, creencias y principios que orientan las acciones e inspiran los objetivos de una organización”. Pág. # 31.

1.6.2. Misión

Dentro de la conceptualización de la misión, se determina que es aquella que refleja el sentido de las acciones de la organización. La formulación de la información es determinante para el futuro del proceso del planteamiento estratégico.

La misión es un elemento clave para que la organización tenga un direccionamiento correcto, ya que se convertirá en la identidad ante los grupos de interés tanto interno como externo fortaleciendo las relaciones.

1.6.3. Visión

Son las aspiraciones por alcanzar al interior de las instancias de la organización, esta debe ser compartida por todos los miembros de la empresa. La visión es la orientación que la alta dirección le da a la empresa; es decir, expresa como se quiere idealmente que sea la empresa en el futuro. Debe cubrir ciertas características:

- Ser formuladas por la alta dirección.
- Conocida y compartida por todos los colaboradores.
- Sustentarse en los valores de la organización.
- Ser positiva y alentadora y, lo más importante, orientar a todos los miembros de la organización.

1.6.4. Objetivos y Metas

Objetivos.

Son los fines a los que se dirigen las actividades organizacionales e individuales.

- Deben ser claros, precisos y cuantificables (verificables).
- Los objetivos son el fin determinado.
- Son los que permiten alcanzar metas.
- Constituyen el plan básico de la empresa.

Las metas sin objetivos no tienen sentido porque es imposible medir el progreso.

GRANADOS M. (2007) “Los objetivos corresponden al enunciado de lo que se debe obtener en el corto y mediano plazo. Ello significa que su logro no rebase el tiempo comprendido por la unidad temporal de operaciones de la empresa (un año). Se consideran de corto plazo aquellos objetivos cuyo tiempo de realización sea máximo seis meses y de mediano plazo dada la velocidad y necesidad del cambio, los objetivos establecidos para un plazo que va de seis meses a un año”. Pág. # 30.

Metas:

- Son generales y expresan deseos que la alta dirección busca satisfacer.
- Son fines a los que se quiere llegar.
- Es el grado cuantitativo de alcanzar objetivos de largo plazo.
- Surgen de los objetivos.

1.6.5. Valores

Para el Dr. De Lama M. (2009) “Los valores son ideas abstractas que guían el pensamiento y la acción. Los valores administrativos guían al gerente en la selección de un propósito, una visión, misión, metas y objetivos para la organización. Los valores son creencias fundamentales acerca del negocio y de la gente que guía la estrategia organizacional”. Pág. # 13

Los valores se convierten en la imagen del comportamiento del talento humano en la organización, pueden expresar interés, sueños y aspiraciones que buscan alcanzar en su desarrollo laboral.

1.6.6. Análisis estratégico F.O.D.A – D.A.F.O

Las premisas de planeación son las condiciones previstas en que operan los planes. Esto incluye supuestos o pronósticos sobre las condiciones futuras que afectarán la operación de los planes. La técnica más conocida para elaborar las premisas es el S.W.O.T. D.A.F.O. o F.O.D.A.

GRÁFICO 4 FODA



(Describe las fuerzas competitivas del mercado)

Fuente: MAG. Perci Guija E.

Para GRANADOS M. (2007) el F.O.D.A-D.A.F.O representa lo siguiente:

Fortalezas: Cualidades competitivas y áreas por las que la empresa puede generar condiciones propicias para el éxito.

Debilidades: Factores que colocan en desventaja a la empresa respecto a sus competidores, además del conjunto de situaciones que es indispensable mejorar y los problemas que se puedan solucionar.

Oportunidades: Relación de situaciones o posibilidades atractivas que la empresa puede aprovechar en su beneficio.

Amenazas o riesgos: Conjunto de situaciones que colocan a la organización en peligro de sufrir un posible daño.

El FODA es una herramienta indispensable para examinar tanto el ambiente interno como externo de la organización, conocer las ventajas y desventajas con las que cuenta la empresa para poder competir, aplicando diversas herramientas para obtener la información real y oportuna, se procede a la competencia a través de un benchmarking, que permite estudiar las debilidades de la competencia, y saber cuáles serían las futuras amenazas, esto permite tomar decisiones oportunas para ser competitivos, y aplicar estrategias acordes a las fortalezas para aprovechar las oportunidades que se presentan en el mercado, aquello impulsa para aplicar estrategias acorde a su necesidad.

1.6.7. Estrategias

GRANADOS M. (2007) “Las estrategias son orientaciones generales de las acciones que debe realizar una organización para lograr lo que pretende. Comprende la asignación de los recursos necesarios para llevarlos a cabo”. Pág. # 30.

1.6.8. Cursos de Acción

Definiendo los cursos de acción se determina que son los pasos a seguir para alcanzar los objetivos planteados, los cuales deben de tener una secuencia lógica que direcciona por el rumbo correcto, adecuado y oportuno para el respectivo cumplimiento.

En toda planificación los cursos de acción son una parte fundamental en el desempeño de la meta a seguir, siendo una operación coherente que se va aplicar para asegurar resultados fructíferos, estos cursos de acción van a direccionar las actividades que se van a ejecutar para dar cumplimiento a las metas. Es fundamental que se dé seguimiento y control bajo indicadores que diagnostiquen el nivel de cumplimiento de las acciones a ejecutarse o proyectadas para obtener los resultados óptimos esperados.

1.6.9. Políticas

Según el Dr. De Lama M. (2009) “Las políticas de la organización son líneas maestras o criterios de decisión para la selección de alternativas estratégicas. Estas líneas generales de actuación, acotan y canalizan las estrategias y suelen tener una vigencia superior a las estrategias”. Pág. # 14

1.6.10. Programas

Los programas son un conjunto de actividades interrelacionadas y cronológicamente ordenadas que describen las actividades o tareas que se deben efectuar, quienes la van a ejecutar y en que tiempo se deben cumplir.

Técnicamente los programas se diría conceptualmente que son el conjunto de metas, políticas, procedimientos, reglas, asignaciones de tareas, pasos a seguir, recursos a emplear y otros elementos que son necesarios para ejecutar un determinado curso de acción, normalmente respaldado por capital y prepuestos de operaciones.

1.6.11. Proyectos

Según el autor AMAURU A. (2008), menciona que los proyectos son actividades temporales, con un principio, una etapa media y un final programado que tiene como objetivo ofrecer un producto singular.

Estos proyectos deben ser planteados en base al interés del cliente para cumplir con un servicio de calidad.

1.6.12. Procedimientos

Es un término que hace referencia a la acción que consiste en proceder, que significa actuar de una forma determinada, seguir ciertos pasos predefinidos para desarrollar una labor de manera eficaz.

Acciones a realizar a través de pasos para poder culminar un proceso, con mecanismos establecidos con una secuencia lógica para alcanzar los resultados que las organizaciones se plantean.

1.6.13. Monitoreo y Supervisión

Indagar las actividades de la organización, controlando los procesos involucrados, para poder direccionar y guiar las gestiones, supervisando si se han ejecutado de la manera mas adecuada, de lo contrario se procede con la autoevaluación lo cual permitirá identificar las falencias en el proceso.

Es importante la fase del monitoreo en las organizaciones ya que se puede evaluar si se estan realizando correctamente las actividades y tareas en la empresa, siendo esto fundamental para la toma de decisiones.

1.6.14. Seguimiento y Control

El seguimiento consiste en la aplicación de controles periódicos de las variables seleccionadas. El control es la comprobación, inspección, fiscalización o intervención de los procesos, para medir los resultados de los planes implementados.

La fase del seguimiento permite conocer las falencias o novedades que se presentan en el proceso y a su vez controlar y dar una solución a las circunstancias presentadas, dando así una solución inmediata y contribuyendo a la culminación del proceso que se está aplicando en la cooperativa.

1.6.15. Presupuestación.

Proceso de consolidación de las acciones encaminadas a cuantificar monetariamente los recursos humanos, materiales y financieros, necesarios para cumplir con los programas establecidos en un determinado periodo; comprende las tareas de formulación, discusión aprobación, ejecución, control y evaluación del presupuesto.

Para poder determinar el uso presupuestal, se consolida los gastos que incluyen los proyectos a ejecutarse, las estrategias que se van a implementar, siendo aquella solvencia económica que permitirá poder cumplir con los objetivos planteados, abasteciendo cada una de las necesidades para obtener lo trizado.

1.7. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES Y SUS DIMENSIONES

De acuerdo al trabajo de investigación se han identificado variables que permiten expandir conocimientos sobre los elementos fundamentales que se deben emplear en el diseño del plan estratégico para la institución.

A continuación se detallan breves conceptualizaciones y criterios de varios autores acerca de las variables identificadas:

1.7.1. Variable X Estrategias

¿Qué es estrategia?

(Arias, 2011). Las estrategias de negocios son el conjunto de acciones que permiten poner en marcha el modelo de negocios definido por la empresa, entendido como la “forma de hacer negocios”

(Ramirez, 2012). Las estrategias administrativas son principios y rutas fundamentales que orientarán el proceso administrativo para alcanzar los objetivos a los que se desea llegar.

(Ramirez, 2012). Las estrategias constituyen la ruta a seguir por las grandes líneas de acción contenidas en las políticas organizacionales para alcanzar los propósitos, objetivos y metas planteadas en corte, mediano y largo plazo.

¿Cómo se miden las estrategias?

(De Araújo, De La Torre, López, & Bastos, 2010). Las estrategias son definidas, normalmente en términos cuantitativos y se relacionan con los grandes objetivos que envuelven a toda la organización.

Dentro de lo que es el análisis se puede concretar que las estrategias son un elemento fundamental en el proceso del diseño de un Plan Estratégico para una organización, debido a que pueden ser diferentes los tipos que se pueden implementar con la finalidad de concretar el objetivo general.

1.7.1.1. Dimensiones Variable X

Al realizar la identificación de variables también se presentan las dimensiones de la variable X que involucran en el proceso, por lo cual se conceptualiza brevemente cada una para que sean de ayuda en el desarrollo del trabajo de titulación.

- **Plan de Acción**

Según Villegas J. en contexto de la Ejecución y Planes de Acción, 2011. Es una herramienta que proporciona un modelo para llevar a cabo el proceso de acción de una empresa. Conduce al usuario a través de un formato básico de planeación de acción, paso a paso, cubriendo todos los elementos básicos. Siguiendo este formato cualquier proyecto u organización podrá preparar un plan de acción en el contexto de un marco de una planeación estratégica.

Cuando preparas un plan de acción, puede ser útil desarrollar un plan de recursos humanos. Esto es un resumen de lo que vas a necesitar en términos de recursos humanos para llevar a cabo las actividades.

Se puede mencionar que un Plan de acción es el momento en que se determina y se asignan las tareas, se definen los plazos de tiempo y se calcula el uso de los recursos.

Es una presentación resumida de las tareas que se deben efectuar por las personas responsables de cada actividad en un tiempo específico, utilizando recursos asignados con el fin de lograr el objetivo planteado.

Dentro del plan de acción se puede considerar los siguientes elementos:

- Que se quiere alcanzar (Objetivo).
- Cuanto se quiere lograr (cantidad y calidad)
- Cuando se quiere lograr (en cuanto tiempo)
- En donde se quiere realizar el programa (lugar)
- Con quien y con que se desea lograrlo (talento humano, recurso financiero).

- **Ventajas Competitivas**

Según el autor Porter M. en Ventaja Competitiva, 2010. Es el valor que una empresa logra crear para sus clientes, muestra como la ventaja competitiva no solo explica la actividad de la empresa, sino también la relación entre ellas, cuales son las actividades dirigidas a los clientes; también ofrece por primera vez herramientas para la segmentación estratégica de la empresa y la evaluación rigurosa para la diversificación.

El trabajo de Porter convierte de forma extraordinaria la complejidad de la competitividad en una estrategia clara y funcional.

- **Producción**

Al referirnos al término producción se puede mencionar que se trata de la utilización eficiente de los recursos que poseen las organizaciones para producir un bien o servicio adecuado que ayude a cumplir una meta establecida.

Ciertos autores también consideran este término como la actividad económica que aporta valor agregado por creación y suministro de bienes y servicios; es decir, consiste en la creación de productos o servicios, siendo esto la capacidad de un factor productivo para crear determinados bienes en un periodo establecido.

- **Bien o servicio**

En lo referente a un bien o servicio se puede decir que es el producto o resultado final generado de la capacidad laboral que se realiza en una organización, ya sea en una industria a través de procesos para el alcance del bien o en una empresa al ofrecer un servicio de calidad a sus clientes.

- **Recursos**

En cuanto a recursos son los medios o elementos con los cuales cuenta la organización para la realización de sus actividades y sean de aporte para algún tipo de beneficio en la tarea, en cuanto a la institución de investigación se pueden considerar los siguientes recursos:

- Humanos (Talento Humano)
- Materiales (medios físicos)
- Financieros (capital o inversión)

- **Objetivos definidos**

Podrían ser considerados como los objetivos estratégicos que la organización se plantea, según el autor Amaru A. en Administración para Emprendedores, 2008, Pág. 62 define a los objetivos estratégicos como los resultados deseados para la empresa a largo plazo. Estos abarcan áreas de desempeño tales como: posición del mercado, volumen de negocios, innovación, responsabilidad social e imagen en la comunidad, competencias de los recursos humanos, valor y eficiencia de los recursos físicos, inversiones y resultados financieros globales.

Las estrategias siempre están asociadas a los objetivos estratégicos, es decir, los resultados que la empresa pretende alcanzar.

- **Análisis Estratégico**

Busca establecer el estado de la economía de la organización en base a las estrategias que se implementan para conseguir una meta o conocer el desenvolvimiento en el mercado financiero, para afianzar nuevas estrategias que permitan ser diferentes de la competencia.

1.7.2. Variable y Competitividad

¿Qué es la Competitividad?

(Zambrano, 2012). La competitividad puede ser concebida como el logro de la sostenibilidad de un rápido crecimiento económico; en segundo lugar, se enfatiza en que el crecimiento sostenible requiere una continua recategorización e innovación productiva.

Según el documento CONPES (2008), “La competitividad es un término complejo, que admite múltiples definiciones. La forma menos controversial de medirla es por medio de la productividad. La competitividad se entiende como un complemento a las condiciones de entorno para el crecimiento. En particular, el crecimiento tiene unas condiciones necesarias, que tienen que ver con la seguridad física y jurídica, y con la estabilidad macroeconómica”.

Según Murillo (2009), la competitividad en las organizaciones implica procesos de transformación técnico-productivas orientadas hacia la gerencia del servicio, en donde el motor fundamental para realizar dichos cambios es la gestión del conocimiento. Además, Briceño y Bernal (2010) afirman que una organización logra ser competitiva en la medida en que posea conocimientos del entorno externo (competencia, mercado y tendencias), así como del interno (relacionados con procesos técnicos) que le permitan ser flexible para hacer cambios rápidos e innovadores, y esto solo se lo da una buena gestión del conocimiento.

¿Qué es la Competitividad?

(Sanchez, Varas, & Perez, 2010). Competitividad como la capacidad de competir de la empresa en su sector actual o potencial, capacidad que vendrá definida por características de la empresa (análisis interno) y por condiciones y dimensiones del marco competitivo (análisis externo).

¿Cómo se mide la Competitividad?

(Sanchez, Varas, & Perez, 2010). La competitividad depende de la coherencia entre la empresa y su escenario. Entre lo que la empresa hace y lo que pasa en el medio en el que opera.

La competitividad depende de la capacidad de detectar brechas entre lo que la empresa es y lo que le convendría ser.

En cuanto a la variable COMPETITIVIDAD se puede mencionar que es la capacidad con la que cuenta la organización para ser diferente en el medio en que se desenvuelve y ser identificada en el sector financiero siendo un factor de identidad para sus clientes actuales y futuros.

1.7.2.1. Dimensiones Variable Y

- **Ventajas**

Es una mejoría con la que cuenta la organización frente a sus competidores, se la puede definir como una condición favorable y hace que esté siempre un paso delante de las demás que se dedican a la misma actividad. Muchas veces se convierte en la diferencia que la identifica frente a los clientes y futuros clientes.

- **Entorno Socioeconómico**

Es el análisis de la situación de la organización en su nivel socio-económico permitiendo identificar las ventajas, desventajas, fortalezas y debilidades con la que cuenta, que serán de apoyo para mejorar su desarrollo empresarial.

- **Conocimientos**

Son el conjunto de información o ideas almacenadas con las que cuenta las personas mediante la experiencia o el estudio que han recibido en el transcurso del tiempo. De las cuales se desprenden las cualidades y habilidades que se convertirán en las fortalezas de cada talento humano para la asignación de tareas en la organización que conlleven al cumplimiento del objetivo.

- **Rendimientos**

Dentro del ámbito de los negocios es considerada como el resultado que se dan por una actividad ejecutada, ya sea que se trate de una persona, una oficina o un área determinada, este término se encuentra vinculado al de eficiencia o la efectividad.

La eficiencia es la capacidad de lograr un resultado empleando la menor cantidad posible de recursos, mientras que la efectividad se centra directamente en la capacidad de obtener el efecto que se busca.

- **Atributos del servicio**

Como una definición concreta no se identifica, se la puede considerar como las cualidades que poseen el servicio o producto que se ofrece y marcan la diferencia de la competencia en el medio en que se desarrolla.

1.8. MARCO LEGAL

De acuerdo a la base legal, se sustenta bajo los artículos del Reglamento de la Ley Organiza de la Economía Popular y Solidaria del Sector Financiero Popular y Solidario, Registro oficial Suplemento 648 del 27 de febrero del 2012.

1.8.1. Reglamento a la Ley Orgánica Economía Popular y Solidaria

Decreto N # 1061

TÍTULO I. DEL ÁMBITO

Art. 1.- Ámbito y objeto.- El presente reglamento general tiene por objeto establecer los procedimientos de aplicación de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.

Título II. DE LAS FORMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA.

Capítulo I

Art. 7.- Requisitos cooperativas.- Las cooperativas a través de su Presidente provisional, además de los requisitos exigidos a las asociaciones presentarán los siguientes documentos:

1. Estudio técnico, económico y financiero que demuestre la viabilidad de constitución de la cooperativa y plan de trabajo;
2. Declaración simple efectuada y firmada por los socios de no encontrarse incurso en impedimento para pertenecer a la cooperativa; y,
3. Informe favorable de la autoridad competente, cuando de acuerdo con el objeto social, sea necesario. Para el caso de cooperativas de transporte se contará con el informe técnico favorable, emitido por la Agencia Nacional de Tránsito o la autoridad que corresponda.

1.8.2. Registro Oficial de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.

También se puede considerar como base legal el siguiente texto:

Registro Oficial N° 444 del martes 10 de mayo del 2011.

Sección 3. De las Organizaciones del Sector Cooperativo.

Art. 21 .-Sector Cooperativo.- Es el conjunto de cooperativas entendidas como sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social.

Las cooperativas, en su actividad y relaciones, se sujetarán a los principios establecidos en esta Ley y a los valores y principios universales del cooperativismo y a las prácticas de Buen Gobierno Corporativo.

Art. 22.- Objeto.- El objeto social principal de las cooperativas será concreto y constará en su estatuto social y deberá referirse a una sola actividad económica, pudiendo incluir el ejercicio de actividades complementarias ya sea de un grupo, sector o clase distinto, mientras sean directamente relacionadas con dicho objeto social.

Art.23.- Grupos.- Las cooperativas, según la actividad principal que vayan a desarrollar pertenecerán a uno solo de los siguientes grupos: producción, consumo, vivienda, ahorro y crédito y servicios.

En cada uno de los grupos se podrán organizar diferentes clases de cooperativas, de conformidad con la clasificación y disposición que se establezcan en el Reglamento de esta ley.

Art. 27.- Cooperativas de ahorro y crédito.- Estas cooperativas estarán a lo dispuesto en el Título III de la presente Ley.

Título III. Del Sector Financiero Popular y Solidario

Capítulo I. De las Organizaciones del Sector Financiero Popular y Solidario

Art. 78.- Sector Financiero Popular y Solidario.- Para efectos de la presente Ley, integran el Sector Financiero Popular y Solidario las cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, y cajas de ahorro.

Art. 79.- Tasas de interés.- Las tasas de interés máximas activas y pasivas que fijarán en sus operaciones las organizaciones del Sector Financiero Popular y Solidario serán las determinadas por el Banco Central del Ecuador.

Art. 80.- Disposiciones supletorias.- Las cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, y cajas de ahorro, en lo no previsto en este Capítulo, se regirán en lo que corresponda según su naturaleza por las disposiciones establecidas en el Título II de la presente Ley; con excepción de la intervención que será solo para las cooperativas de ahorro y crédito.

Sección 1. De las Cooperativas de Ahorro y Crédito

Art. 81.- Cooperativas de ahorro y crédito.- Son organizaciones formadas por personas naturales o jurídicas que se unen voluntariamente con el objeto de realizar actividades de intermediación financiera y de responsabilidad social con sus socios y, previa autorización de la Superintendencia, con clientes o terceros con sujeción a las regulaciones y a los principios reconocidos en la presente Ley.

Art. 82.- Requisitos para su constitución.- Para constituir una cooperativa de ahorro y crédito, se requerirá contar con un estudio de factibilidad y los demás requisitos establecidos en el Reglamento de la presente Ley.

Art. 83.- Actividades financieras.- Las cooperativas de ahorro y crédito, previa autorización de la Superintendencia, podrán realizar las siguientes actividades:

- a) Recibir depósitos a la vista y a plazo, bajo cualquier mecanismo o modalidad autorizada;
- b) Otorgar préstamos a sus socios;
- c) Conceder sobregiros ocasionales;
- d) Efectuar servicios de caja y tesorería;
- e) Efectuar cobranzas, pagos y transferencias de fondos, así como emitir giros contra sus propias oficinas o las de instituciones financieras nacionales o extranjeras;
- f) Recibir y conservar objetos muebles, valores y documentos en depósito para su custodia y arrendar casilleros o cajas de seguridad para depósitos de valores;
- g) Actuar como emisor de tarjetas de crédito y de débito;
- h) Asumir obligaciones por cuenta de terceros a través de aceptaciones, endosos o avales de títulos de crédito, así como por el otorgamiento de garantías, fianzas y cartas de crédito internas y externas, o cualquier otro documento, de acuerdo con las normas y prácticas y usos nacionales e internacionales;
- i) Recibir préstamos de instituciones financieras y no financieras del país y del exterior;
- j) Emitir obligaciones con respaldo en sus activos, patrimonio, cartera de crédito hipotecaria o prendaria propia o adquirida, siempre que en este último caso, se originen en operaciones activas de crédito de otras instituciones financieras;
- k) Negociar títulos cambiarios o facturas que representen obligación de pago creados por ventas a crédito y anticipos de fondos con respaldo de los documentos referidos;

- l) Invertir preferentemente, en este orden, en el Sector Financiero Popular y Solidario, sistema financiero nacional y en el mercado secundario de valores y de manera complementaria en el sistema financiero internacional;
- m) Efectuar inversiones en el capital social de cajas centrales; y,
- n) Cualquier otra actividad financiera autorizada expresamente por la Superintendencia.

1.8.3. Plan del Buen Vivir 2013-2017

Al tomar de referencia el Plan de Buen Vivir 2013-2017 se puede enfatizar que el presente trabajo de titulación está basado en el objetivo 8 del plan que se refiere a "CONSOLIDAR EL SISTEMA ECONÓMICO, SOCIAL Y SOLIDARIO, DE FORMA SOSTENIBLE" presentamos un fragmento del objetivo:

El sistema económico social y solidario, además de establecer una serie de principios y pautas de interacción social, busca alternativas de acumulación, redistribución y regulación, y nuevas formas de coordinación democrática de la sociedad" (Movimiento Alianza PAIS, 2012: 46). "En esta perspectiva, el régimen económico no tiene primicia en sí mismo; por el contrario, se subordina y sirve a la vida de los seres humanos y de la naturaleza" (Senplades, 2009: 329).

La consolidación del sistema económico social y solidario, de forma sostenible, implica colocar al ser humano por encima del capital, lo que significa priorizar el desarrollo de capacidades y complementariedades humanas. Por esto, en el contexto de la continua crisis del sistema capitalista, se proponen como mecanismos para el Buen Vivir: la regulación adecuada del Estado para delimitar, orientar y potenciar los espacios públicos; la ampliación de espacios cooperativos a nivel regional, a través de la integración regional y particularmente la Nueva Arquitectura Financiera, para restablecer equilibrios de poder globales, desarrollar cadenas productivas y fomentar la soberanía de nuestros pueblos; el cambio del espectro productivo nacional a través de la transformación de la matriz

productiva en que confluyan nuevas políticas para el estímulo de la producción local, la diversificación de la economía y una inserción inteligente en la economía mundial” (Movimiento Alianza PAIS, 2011: 48); el sometimiento de los capitales a las necesidades populares mediante la implementación “de un conjunto de políticas, con enfoque territorial, que modifiquen los esquemas de acumulación, distribución y redistribución” (Movimiento Alianza PAIS, 2012: 48); y como eje central del proceso de descentralización y reordenamiento, la inversión adecuada de los recursos públicos hacia la potenciación de capacidades, los sectores estratégicos y la promulgación de las economías populares y solidarias.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Todo investigador tiene por objeto estudiar hechos y fenómeno concreto de la realidad de un campo de estudio determinado para llegar a conocer su comportamiento y extraer regularidades, con lo cual es posible caracterizar y describir el objeto de investigación.

Según el autor Toro Jaramillo Iván Darío y Rubén Darío Parra Ramírez, Método y Conocimiento Metodología de la Investigación, 2006 (Pág. 29). Él define a los enfoques de la siguiente manera:

El enfoque cuantitativo ha quedado bastante limitado por los alcances de la medición estadística, que es su principal herramienta de trabajo.

El método cualitativo busca la medición de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual, pertinente al problema analizado, una serie de preguntas que expresan relaciones esperadas entre las variables formuladas de forma deductiva.

Estas relaciones conceptuales se examinan y ponen a prueba mediante el análisis de la interacción entre indicadores que operen como referentes empíricos de los conceptos. La manipulación de la realidad que esto supone es controlada con técnicas de validación y confiabilidad desarrolladas para tal fin.

Un plan estratégico dentro del diseño de investigación para este trabajo de titulación permitió identificar factores o elementos importantes que ayuden a decidir en la validez del proyecto y en visualizar a la organización hacia el éxito. De ahí la importancia en conocer las variables que intervienen para diseño de programas, planes de acción, estrategias y objetivos que conlleven al crecimiento organizacional de la cooperativa.

Como elemento metodológico en el plan estratégico se implementó el diseño de investigación descriptiva-explicativa, ya que permitió mostrar la situación actual de la organización y de todos los que están involucrados como talento humano, socios y clientes.

2.2. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Las modalidades de la investigación seleccionadas y aplicadas radican en que la investigación está dirigida a la descripción del fenómeno de estudio de las causas y efecto, mediante la recopilación de información a través de fuentes primarias y secundarias.

Documental: la modalidad documental permitió revisar varias fuentes bibliográficas o documentales (literatura sobre el tema de investigación), como libros, trabajos, folletos que fueron de gran ayuda para la fundamentación teórica del tema de tesis. En este tipo de modalidad de investigación predominó el análisis, la interpretación, las opiniones, las conclusiones y recomendaciones.

De Campo: A través de este tipo de modalidad se fundamentó una participación directa, se establecieron las relaciones entre las causas y el efecto, es decir cuáles fueron las circunstancias que provocaron que se origine el problema y cómo esta situación afectó al entorno. Se optó por estos tipos de investigación, ya que se estableció que están orientadas hacia la descripción y solución al problema de investigación y que son de ayuda en el desarrollo de la propuesta.

2.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

La técnica en investigación es un instrumento, que permite facilitar el procesamiento de la información en la investigación puede ser aplicada en cualquier ámbito humano, ciencia, arte, educación, etc. Considerando los objetivos de la investigación en el presente trabajo se utilizaron técnicas de tipo documental y de campo.

Investigación bibliográfica.

Se puede entender como una introducción a cualquiera de las otras investigaciones, constituye una de las primeras etapas de todas ellas, entrega información a las ya existentes como las teorías, resultados, instrumentos y técnicas usadas.

Se puede entender como la búsqueda de información en documentos para determinar cuál es el conocimiento existente en un área particular, un factor importante en este tipo de investigación la utilización de la biblioteca y realizar pesquisas bibliográficas.

La habilidad del investigador se demostró en la cuidadosa indagación de un tema, de la habilidad para escoger y evaluar materiales, de tomar notas claras bien documentadas y además de la presentación y el orden del desarrollo en consonancia con los propósitos del documento.

Este tipo de investigación fue de gran importancia en el desarrollo del trabajo, ya que permitió utilizar citas, libros, o medios informativos que ayudó en la indagación de información para ampliar y profundizar el tema de investigación y ampliar conocimientos en el desarrollo del trabajo propuesto para la cooperativa.

Investigación de Campo.

Se trata de la investigación aplicada para comprender y resolver alguna situación, necesidad o problema en un contexto determinado. El investigador trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas, de las que obtendrán los datos más relevantes a ser analizados, son individuos, grupos y representaciones de las organizaciones científicas no experimentales dirigidas a descubrir relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas. La investigación de campo permitió mantener contacto directo con los involucrados como son el talento humano, socios y clientes identificando, el pensar de cada uno de los empleados hacia la organización y su desenvolvimiento en el mercado empresarial.

Investigación Descriptiva.

Según el autor Mas F. (2010) en su libro Temas de Investigación Comercia Pág. 191, hace referencia a la definición de otros autores. “La investigación descriptiva tiene como objeto primordial la descripción de la realidad, siendo sus principales métodos de recolección de información la encuesta e incluso la observación (Malhotra, 1997)”

Investigación Explicativa

Según los autores Ortiz & Bernal este tipo de investigación, que requiere la combinación de los métodos analítico y sintético, en conjugación con el deductivo y el inductivo, se trata de responder los porqué del objeto que se investiga.

2.4. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

El trabajo de investigación se desarrolló mediante la aplicación del método inductivo y el método analítico.

Por tal razón conlleva un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisas verdaderas. Tiene como objetivo llegar a conclusiones que estén en relación con sus premisas como el todo lo está con las partes. La inducción permite al investigador partir de la observación de fenómenos o situaciones particulares que enmarcan el problema de investigación se podría citar. (Méndez, Carlos E. y Moreno, Luís Guillermo. Guía para elaborar diseño de investigación, Pág. 137)

Es un método utilizado en objetos de investigación cuyos elementos son muy grandes o infinitos. Se infiere una conclusión universal observando que un mismo carácter se repite en una serie de elementos homogéneos, pertenecientes al objeto de investigación, sin que se presente ningún caso que entre en contradicción o niegue el carácter común observado.

El método analítico fue aplicado dentro del proyecto de investigación porque contribuyó establecer las causas y efectos entre los elementos que componen el objeto de investigación y conocer la realidad existente.

2.5. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La técnica constituye el conjunto de mecanismos, medios o recursos dirigidos a recolectar, conservar, analizar y transmitir los datos de los fenómenos sobre los cuales se investiga. Por consiguiente, las técnicas son procedimientos o recursos fundamentales de recolección de información, para acercarse a los hechos y acceder a los conocimientos, para diseñar un Plan Estratégico a la Cooperativa de Ahorro y Crédito COSTA AZUL Ltda. En el Cantón La Libertad.

La investigación primaria se caracteriza porque la constituye y la recoge el propio investigador, se la obtiene el contacto directo con el objeto de estudio, las técnicas de investigación de campo, las técnicas aplicadas son: La Observación, la Encuesta y la Entrevista.

Observación no Estructurada

Observación no Estructurada llamada también simple o libre, se realizó sin ayuda de elementos técnicos especiales, la observación no estructurada tuvo como objetivo conocer las condiciones en el que se desarrollan las actividades en la organización, esta observación fue aplicada en las instalaciones de la cooperativa, identificando que no cuentan con un espacio adecuado para la realización de las tareas diarias.

Encuestas

La Encuesta tuvo como objetivo determinar el grado en que un plan estratégico mejora la gestión y la participación de la Cooperativa Costa Azul en el mercado empresarial en el que se desenvuelve.

El instrumento se aplicó mediante cuestionario de preguntas, al personal que integra la cooperativa, los socios y sus clientes, a fin de determinar su opinión de cómo se desarrollan sus actividades y los inconvenientes que se presentan al momento de brindar el servicio.

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario.

Es impersonal porque el cuestionario no lleva el nombre, ni otra identificación de la persona que la responde, ya que no interesan esos datos. Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas.

Varios autores llaman cuestionario a la técnica misma. Los mismos u otros, unen en un mismo concepto a la entrevista y al cuestionario, denominándolo encuesta, debido a que en los dos casos se trata de obtener datos de personas que tienen alguna relación con el problema que es materia de investigación.

Ventajas

1. Bajo costo
2. Información más exacta (mejor calidad) que la del censo debido a que el menor número de encuestadores permite capacitarlos mejor y más selectivamente.
3. Es posible introducir métodos científicos objetivos de medición para corregir errores.
4. Mayor rapidez en la obtención de resultados.
5. Técnica más utilizada y que permite obtener información de casi cualquier tipo de población.
6. Gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.

En la Encuesta aplicada se utilizó la **escala de tipo Likert**, que es una escala psicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios y es la escala de uso más amplio en encuestas para la investigación.

ENTREVISTA

Las entrevistas se utilizan para recabar información en forma verbal, a través de preguntas que propone el analista. Quienes responden pueden ser gerentes o empleados, los cuales son usuarios actuales del sistema existente, usuarios potenciales del sistema propuesto o aquellos que proporcionarán datos o serán afectados por la aplicación propuesta. El analista puede entrevistar al personal en forma individual o en grupos.

Dentro de una organización, la entrevista es la técnica más significativa y productiva de que dispone el analista para recabar datos. En otras palabras, la entrevista es un intercambio de información que se efectúa cara a cara.

Es un canal de comunicación entre el analista y la organización; sirve para obtener información acerca de las necesidades y la manera de satisfacerlas, así como consejo y comprensión por parte del usuario para toda idea o método nuevos. Por otra parte, la entrevista ofrece al analista una excelente oportunidad para establecer una corriente de simpatía con el personal usuario, lo cual es fundamental en transcurso del estudio.

Preparación de la Entrevista.

- Determinar la posición que ocupa de la organización el futuro entrevistado, sus responsabilidades básicas, actividades, etc. (Investigación).
- Preparar las preguntas que van a plantearse, y los documentos necesarios (Organización).
- Fijar un límite de tiempo y preparar la agenda para la entrevista (psicología).
- Elegir un lugar donde se puede conducir la entrevista con la mayor comodidad.
- Hacer la cita con la debida anticipación. (Planeación).

Conducción de la Entrevista

- Explicar con toda amplitud el propósito y alcance del estudio (Honestidad).
- Explicar la función propietaria como analista y la función que se espera conferir al entrevistado. (Imparcialidad).

- Hacer preguntas específicas para obtener respuestas cuantitativas (Hechos).
- Evitar las preguntas que exijan opiniones interesadas, subjetividad y actitudes similares (habilidad).
- Evitar el cuchicheo y las frases carentes de sentido (Claridad).
- Ser cortés y comedido, absteniéndose de emitir juicios de valores. (Objetividad).
- Conservar el control de la entrevista, evitando las divagaciones y los comentarios al margen de la cuestión.
- Escuchar atentamente lo que se dice, guardándose de anticiparse a las respuestas (Comunicación).
- La ejecución de la entrevista comprende cuatro fases importantes:
 - El contacto inicial con el entrevistado.
 - La formulación de las preguntas.
 - La anotación de las respuestas.
 - La terminación de la entrevista.

2.6. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

INSTRUMENTOS:

- Cuestionario.- Coadyuvó para obtener información relevante e identificar las falencias que se presentan en la realidad del día a día de la Cooperativa.
- Entrevista: Se le aplicó a la Gerente actual del Cooperativo logrando tener información relevante para el plan estratégico a diseñar.

2.7. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.7.1. Población.

Es el conjunto de unidades individuales o unidades elementales compuestas por personas o cosas, Hernández R. Fernández Carlos (2003), manifiesta que población es “el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.” (Pág. # 304).

Describe y argumenta la decisión sobre la población objetivo para investigar el objeto de estudio, así como, los criterios básicos de determinación de la muestra considerada para la investigación.

El universo del presente trabajo estaba conformado por 180 personas constituidas por los colaboradores de la cooperativa, los socios y los clientes, como lo demuestra el Tabla N° 3.

TABLA 3 POBLACIÓN

ELEMENTOS	N
Administrativo	9
Socios	26
Clientes	145
Total	180

**Fuente: La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.
Elaboración: Carmen Macas Guamán.**

2.7.2. Muestra.

De acuerdo al tamaño de la población necesariamente se debe acudir solamente a una parte representativa de la misma, que reúna en lo posible todas las características de la población.

Para lo cual dentro del trabajo de titulación se aplicó dos tipos de muestreo que detallamos a continuación.

2.7.2.1. Muestreo Por Criterios

El muestreo por criterios se lo define como el método por el cual el investigador puede seleccionar a su muestra que será apropiada para el cumplimiento en su trabajo de investigación.

Se utilizó este tipo de muestreo por criterios debido a que es pequeña la población en el entorno interno de la cooperativa, los que están incluidos son socios y parte administrativa.

2.7.2.2. Muestro Aleatorio Simple

Este tipo de muestreo es la forma más común de obtener una muestra en la selección de la muestra, se la analiza cómo cada uno de los individuos de una población tiene la misma posibilidad de ser elegido.

Para los clientes se utilizó un muestro probabilístico aleatorio simple el cual se detalla a continuación:

Datos para el cálculo de la muestra:

$$N= 145$$

$$k^2= 1.96$$

$$p= 0.5$$

$$q= 0.5$$

$$e= 5\%$$

$$n= ?$$

Fórmula para poblaciones finitas según Naresh Malhotra

$$n = \frac{k^2 \times p \times q \times N}{(e^2(N - 1)) + k^2 \times p \times q}$$

FÓRMULA

$$\begin{aligned} n &= \frac{k^2 \times p \times q \times N}{(e^2(N - 1)) + k^2 \times p \times q} \\ n &= \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 145}{(0.05^2(145 - 1)) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5} \\ n &= \frac{3.8416 \times 0.5 \times 0.5 \times 145}{(0.0025 (144)) + 3.8416 \times 0.5 \times 0.5} \\ n &= \frac{139.258}{(0.36) + 3.8416 \times 0.5 \times 0.5} \\ n &= \frac{139.258}{(0.36) + 3.8416 \times 0.25} \\ n &= \frac{139.258}{(0.36) + 0.9604} \\ n &= \frac{139.258}{1.3204} \\ n &= 105 \end{aligned}$$

2.8. PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se desarrolló considerando el siguiente procedimiento:

1. Planteamiento del problema
2. Revisión bibliográfica
3. Definición de la población, Selección de la muestra
4. Consecución del sistema de variables
5. Elaboración del instrumento
6. Validación del Instrumento.
7. Ensayo piloto del instrumento

- 8. Estudio de campo**
- 9. Proceso y análisis de datos**
- 10. Conclusiones y recomendaciones**
- 11. Formulación de la propuesta**
- 12. Preparación y redacción del informe final**

Los procesos que se desarrollaron en este estudio, cuenta con conjunto de estrategias, políticas, técnicas y habilidades que permitieron emprender este tipo de investigación, el cual tiene como objetivo comunicar a las personas interesadas los resultados de una manera clara y sencilla, de tal forma que haga posible al lector comprender los datos y determinar por sí mismo la validez y confiabilidad de las conclusiones y pertinencia del estudio.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN

La observación no estructurada tuvo como objetivo conocer las condiciones en las que se labora dentro de la cooperativa, el espacio físico, el talento humano y su día laboral. Este proceso permite identificar físicamente la problemática y que estrategias se podrían diseñar para convertir en una fortaleza la actual debilidad de la cooperativa.

Adicionalmente permite mantener un contacto directo con los involucrados y poder intercambiar opiniones sobre la problemática.

3.2. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENTREVISTA

La entrevista fue aplicada al Gerente (e) de la Cooperativa Srta. Ana Pilco, quien facilitó información sobre el desarrollo de las actividades administrativas, como la cooperativa va creciendo en el mercado y como consideran que se encuentra posesionada en la mente de sus clientes. La entrevista fue realizada con base en una guía de entrevistas previamente desarrollada, involucrando temas claves para fines prácticos de esta tesis.

En la entrevista se consideró aspectos importantes de acorde a las áreas con las que cuenta la cooperativa como son:

- Toma de decisiones-Administrativa
- Talento humano-RRHH
- Proyección a futuro-Calidad de Servicio
- Generalidades

Con respecto al análisis sobre cómo se maneja la toma de decisiones dentro de la cooperativa, se indicó que se realizan consensos entre el personal operativo sobre las diferentes ideas o estrategias que podría implementar la institución, ya que son los que mantienen el contacto directo con el cliente y pueden identificar las diferentes necesidades que se presentan. Luego se genera la asamblea de socios donde exponen y se defiende cada idea aportada hasta que se genera la toma de decisión en conjunto.

En cuanto al Recurso Humano la cooperativa no cuenta con un área de talento humano ya estructura, por lo cual el área administrativa se encarga de llevar control y atender requerimientos que se presenten por parte de los colaboradores de la institución.

Dentro de la entrevista también se dialogó sobre como proyectan a la cooperativa después de ciertos años, a lo cual la Gerente manifiesta que primero están centrados en acaparar el mercado financiero dentro del Cantón La Libertad para luego poder proyectarse con implementación de sucursales en los distintos cantones de la Provincia y en un largo plazo generar la ampliación a nivel nacional, ya que sus orígenes pertenecen a la Región Sierra y consideran que serían de gran aporte en el desarrollo de cada inversión de un nuevo socio.

En cuanto a los colaborados con los que cuenta la organización mantienen ciertas capacitaciones sobre los procesos y sistemas tecnológicos siendo un aporte en el desarrollo de las actividades.

Finalmente al consultar sobre la propuesta del trabajo de titulación la Srta. Pilco, consideró importante un diseño de Plan Estratégico ya que permitirá que la organización se proyecte al 2018, y se convierta en una ventaja frente a sus principales competidores como la Cooperativa Sagrada Familia, Nueva Huancavilca, De Miro.

3.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA.

En lo que respecta a instrumentos de investigación se consideró tres diseños de encuestas:

3.3.1. Resultados de la encuesta aplicada al Talento Humano que labora en la Cooperativa.

1.- ¿Se siente identificado usted con la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul donde presta sus servicios?

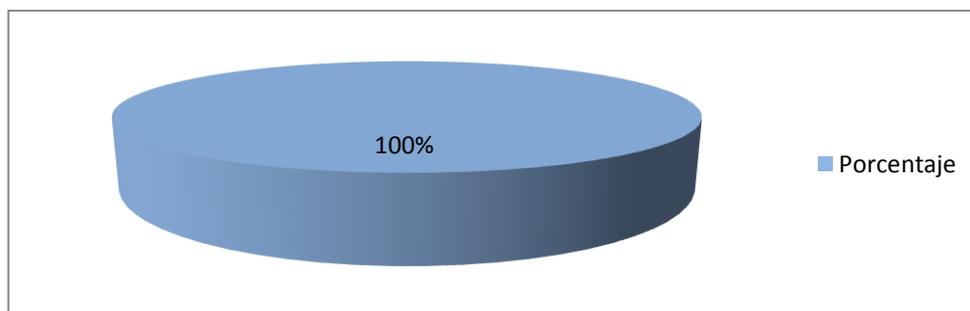
TABLA 4 NIVEL DE IDENTIFICACIÓN CON LA COOPERATIVA.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	9	100%
	Total	9	100%

FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 5. NIVEL DE IDENTIFICACIÓN CON LA COOPERATIVA.



FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

De acuerdo a la encuesta aplicada al talento humano de la cooperativa, se identifica el grado de identidad que sienten por la organización, siendo el resultado que el 100 % de los encuestados se encuentran identificados con la institución en la cual prestan sus servicios a pesar de no haber recibido una inducción previa acerca de la institución y conocer lineamientos básicos y objetivos que se ha propuesto alcanzar.

2.- ¿Las tareas realizadas en su día laboral son de acorde al puesto de contratación?

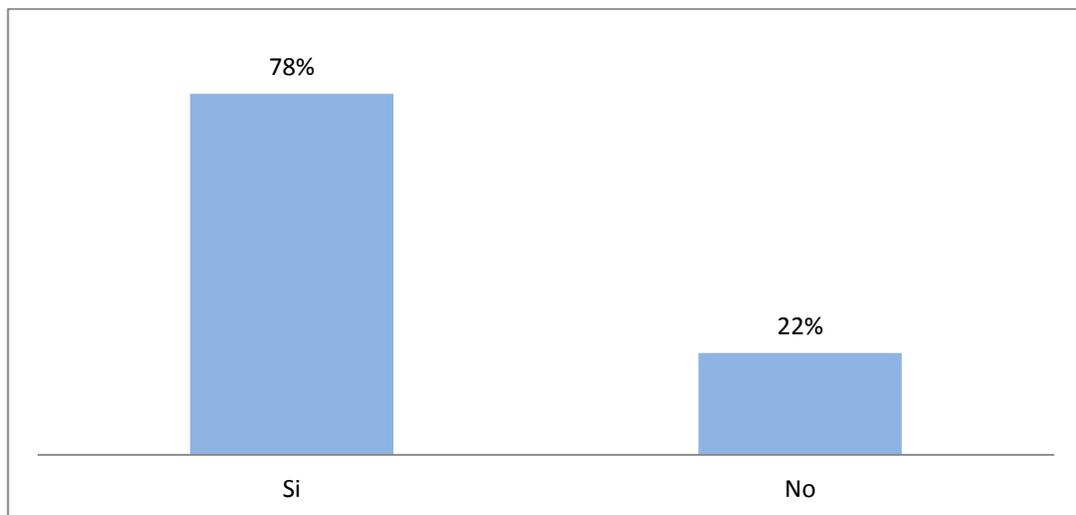
TABLA 5 TAREAS RELACIONADAS CON PUESTO DE TRABAJO

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
	Si	7	78%
2	No	2	22%
	Total	9	100%

FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 6 TAREAS RELACIONADAS CON PUESTO DE TRABAJO



FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

En base a la segunda interrogante se identifica que el 78% de los encuestados mencionan que las tareas diarias son de acorde a su puesto de contratación, y el, 22% dice que se le asignada tareas diferentes a las de su puesto. En el análisis se puede mencionar que entre las personas encuestadas se identifica que el mayor porcentaje realiza tareas de acuerdo a su puesto de contratación, y en base a sus capacidades, con la finalidad de alcanzar el objetivo general.

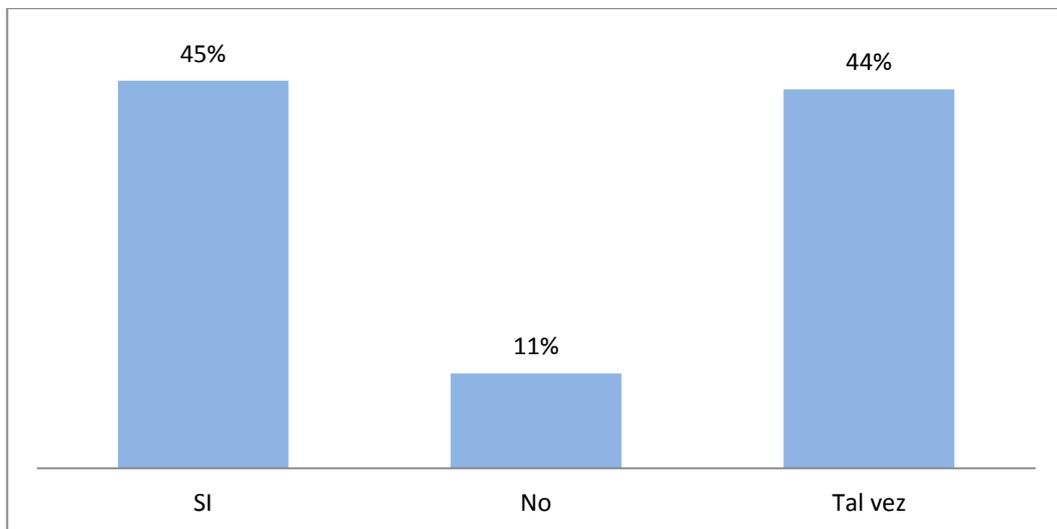
3.- ¿Piensa usted que sus opiniones vertidas en reuniones son consideradas en las tomas de decisiones de la Cooperativa?

TABLA 6 NIVEL DE ACEPTACIÓN DE OPINIONES EN TOMA DE DECISIONES

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
3	SI	4	45%
	No	1	11%
	Tal vez	4	44%
	Total	9	100%

FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.
ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 7 NIVEL DE ACEPTACIÓN DE OPINIONES EN TOMA DE DECISIONES.



FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.
ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

Al encuestar al talento humano sobre si sus opiniones son consideradas en la toma de decisiones supieron mencionar que el 45% de los encuestados son considerados, el 44% manifiesta que Tal vez son consideradas, y el 11% de los encuestas piensa que no, por lo cual se convierte en una de las razones que se presenta la mala comunicación.

4.- ¿Considera Ud. que la identificación de los factores internos y externos permitirá conocer cuáles son las debilidades de la empresa?

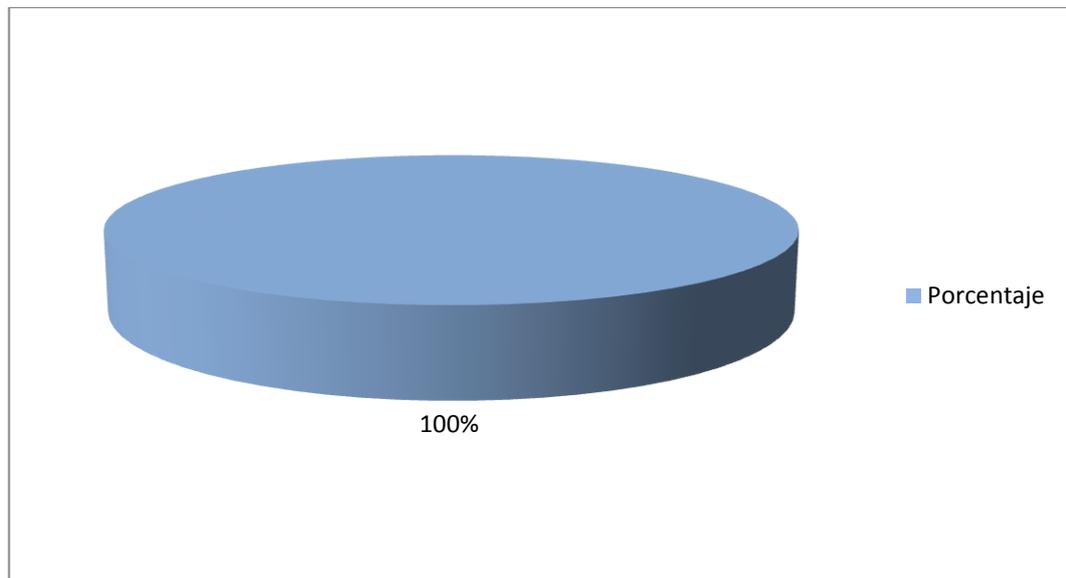
TABLA 7 IDENTIFICACIÓN DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
4	Si	9	100%
	Total	9	100%

FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 8 IDENTIFICACIÓN DE FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS.



FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

A la interrogante sobre la identificación de factores internos y externos si serán de gran apoyo para la organización el 100% de los encuestados consideran que serán de gran ayuda. Debido a que permitirán que se puedan identificar las falencias y las ventajas con las que cuenta la cooperativa y que nuevas estrategias pudiera implementar en referencia del entorno competitivo.

5.- ¿La aplicación de la evaluación de desempeño al talento humano de la Cooperativa permitirá conocer el rendimiento del talento humano?

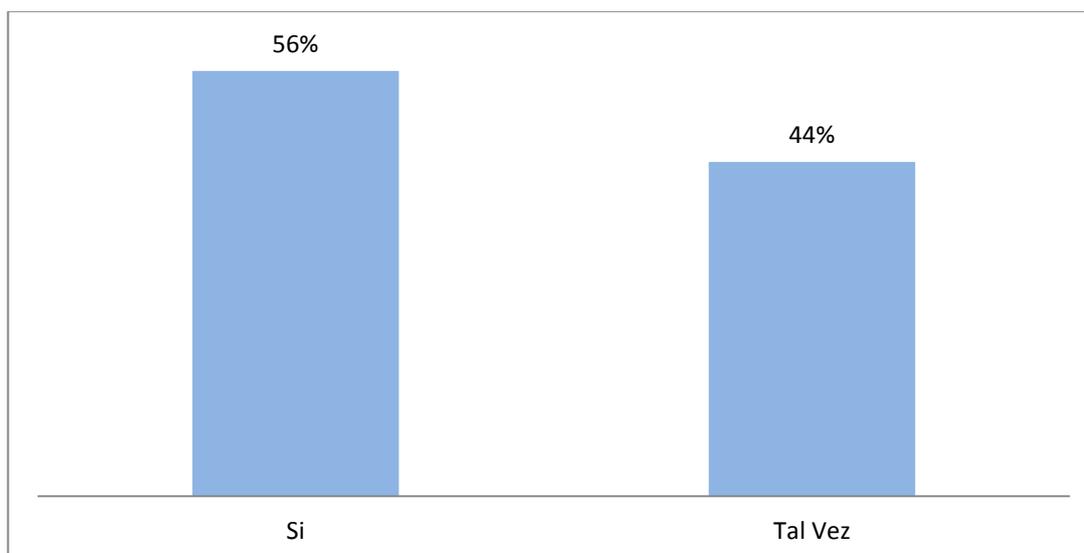
TABLA 8 APLICACIÓN DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
5	Si	5	56%
	Tal Vez	4	44%
	Total	9	100%

FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 9 APLICACIÓN DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO.



FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

El 56% de los encuestados consideran que la aplicación de desempeño en el talento humano de la cooperativa permitirá conocer el rendimiento de cada uno de sus colaboradores de acuerdo a las tareas asignadas, y el 44% considera que Tal vez sería importante la aplicación. La mayor parte de los encuestados considera importante ya que se podría identificar las capacidades y habilidades de cada miembro.

6.- ¿La asignación de los recursos permitirá mejorar el desempeño del talento humano?

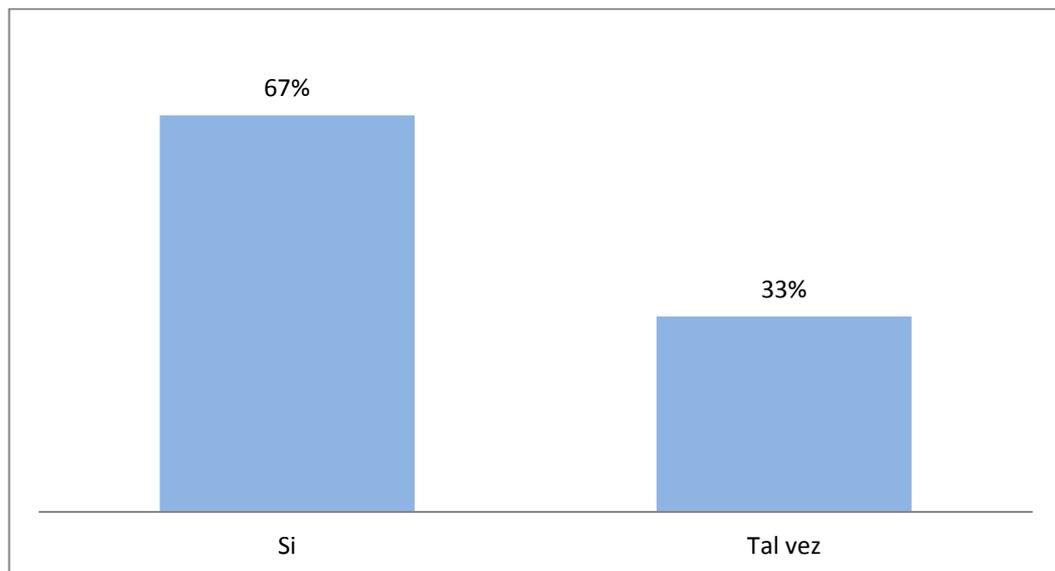
TABLA 9 ASIGNACIÓN DE RECURSOS AL TALENTO HUMANO

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
	Si	6	67%
6	Tal vez	3	33%
	Total	9	100%

FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 10 ASIGNACIÓN DE RECURSOS AL TALENTO HUMANO



FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

De los colaboradores encuestados el 67% considera que será de gran mejoría en sus actividades la asignación adecuada de recursos, y el 33% piensa que tal vez ayudaría en la labor diaria de los colaboradores la asignación de recursos. Debido a que la asignación adecuada permitirá agilizar procesos en cada tarea encomendada.

7.- ¿Cree usted que la aplicación de planes de acción permitirá el desarrollo eficiente de la empresa?

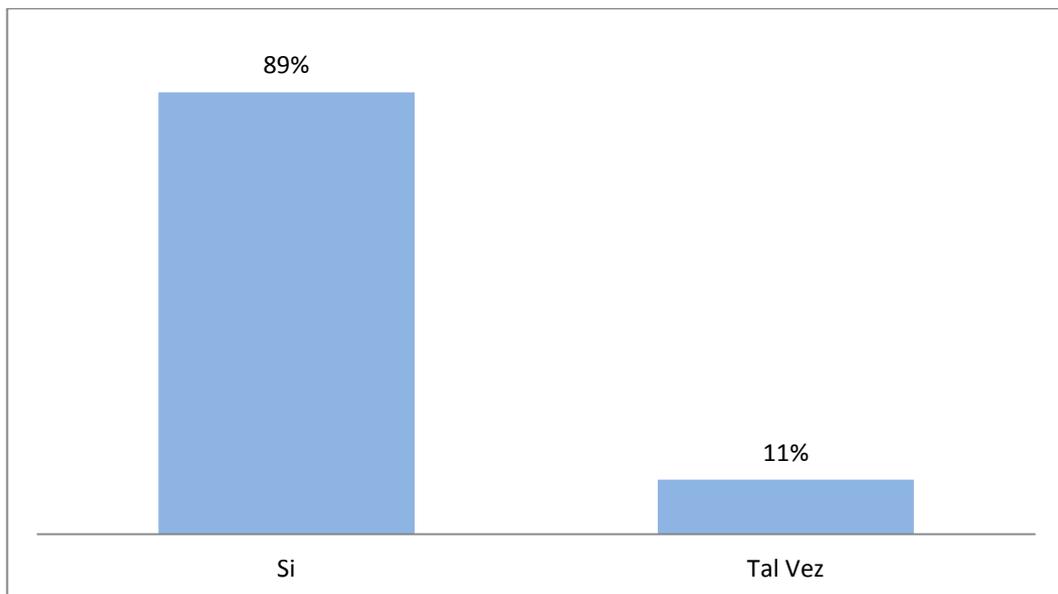
TABLA 10 APLICACIÓN DE PLANES DE ACCIÓN.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
	Si	8	89%
7	Tal Vez	1	11%
	Total	9	100%

FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 11 APLICACIÓN DE PLANES DE ACCIÓN.



FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

Al consultar sobre si la aplicación de planes de acción en la cooperativa permitiría que el servicio sea eficiente el 89% responde que si sería favorable, y el 11% considera que tal vez sería importante, pues serian un pilar fundamentan dentro del diseño del plan estratégico propuesto.

8.- ¿La elaboración de nuevas estrategias competitivas permitirá que la empresa lidere mercado financiero?

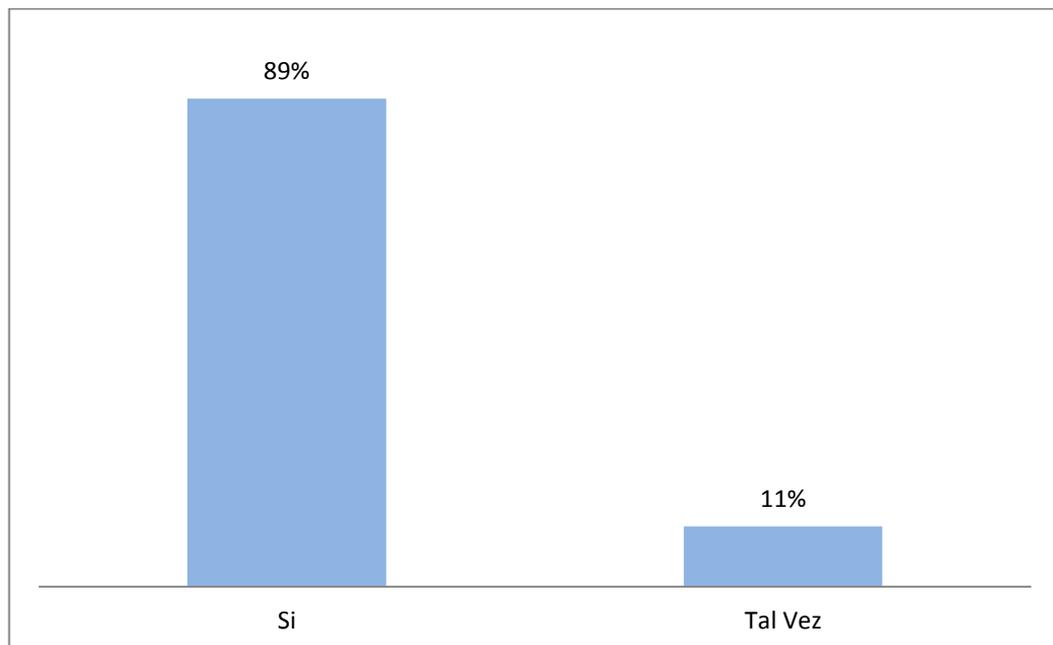
TABLA 11 ESTRATEGIAS COMPETITIVAS.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
8	Si	8	89%
	Tal Vez	1	11%
	Total	9	100%

FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 12 ESTRATEGIAS COMPETITIVAS.



FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

El 89% de las personas encuestas en la cooperativa consideran que sería importante la elaboración de estrategias competitivas puesto que serían el nexo con las metas a establecer; y el 11 % piensa que tal vez sería una manera de ser diferente en el mercado.

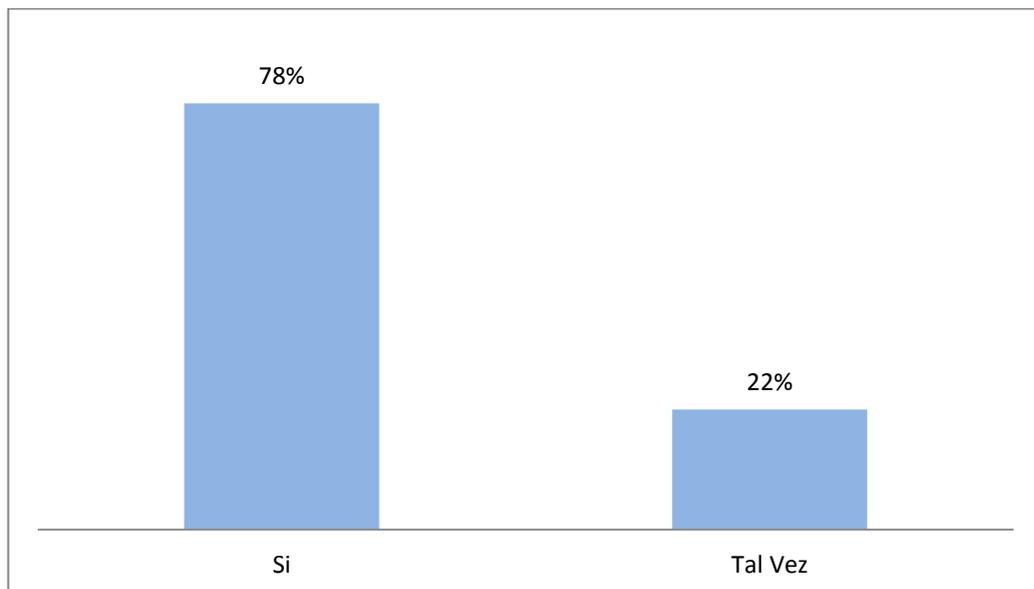
9.- ¿Considera usted que la aplicación de estrategias de marketing logrará acapara nuevos clientes?

TABLA 12 ESTRATEGIAS DE MARKETING.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
9	Si	7	78%
	Tal Vez	2	22%
	Total	9	100%

FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.
ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 13 ESTRATEGIAS DE MARKETING.



FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.
ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

De los colaboradores encuestados de la cooperativa considera un 78% que las estrategias de marketing ayudarían a lograr mayor cantidad de clientes y a darse a conocer la organización en el medio comercial; y un 22% considera que tal vez sería una estrategia que podría implementarse para mejorar la imagen de la cooperativa frente a futuros clientes.

10.- ¿La asignación de los recursos adecuados permitirá aumentar la producción en la Cooperativa?

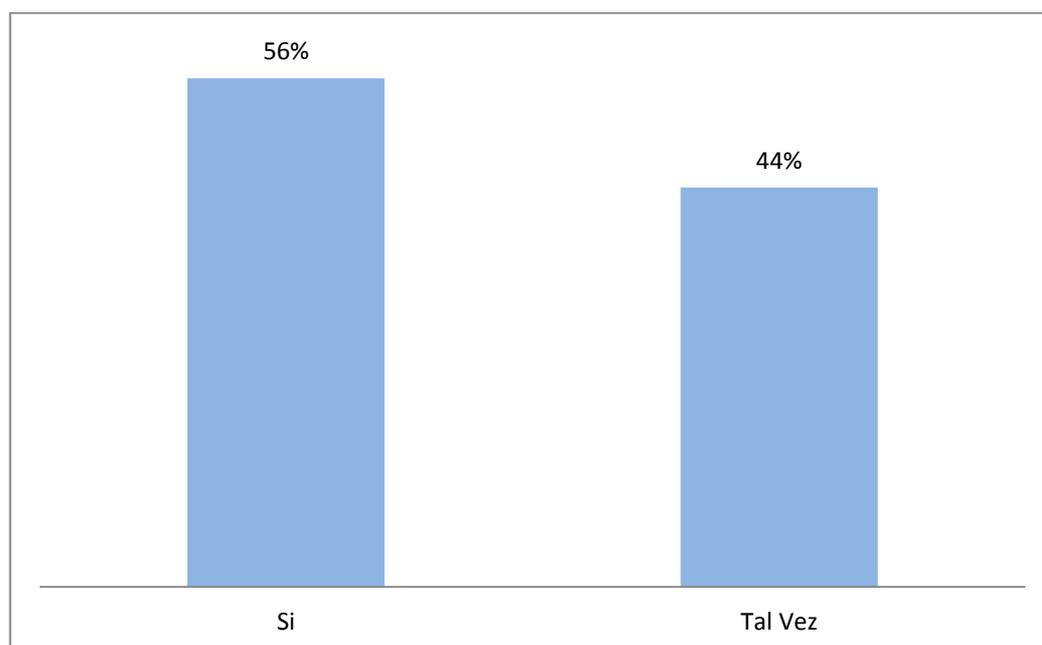
TABLA 13 INCREMENTO EN PRODUCTIVIDAD LABORAL.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
	Si	5	56%
10	Tal Vez	4	44%
	Total	9	100%

FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 14 INCREMENTO EN PRODUCTIVIDAD LABORAL.



FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

El 56% de los encuestados consideran que la asignación de recursos ayudará a incrementar la productividad laboral de la cooperativa y se alcanzara los objetivos propuestos; y el 44% considera que tal vez sería un gran aporte para acaparar más mercado financiero y ser más competitivo en su entorno.

11.- ¿El establecimiento de metas permitirá alcanzar los objetivos?

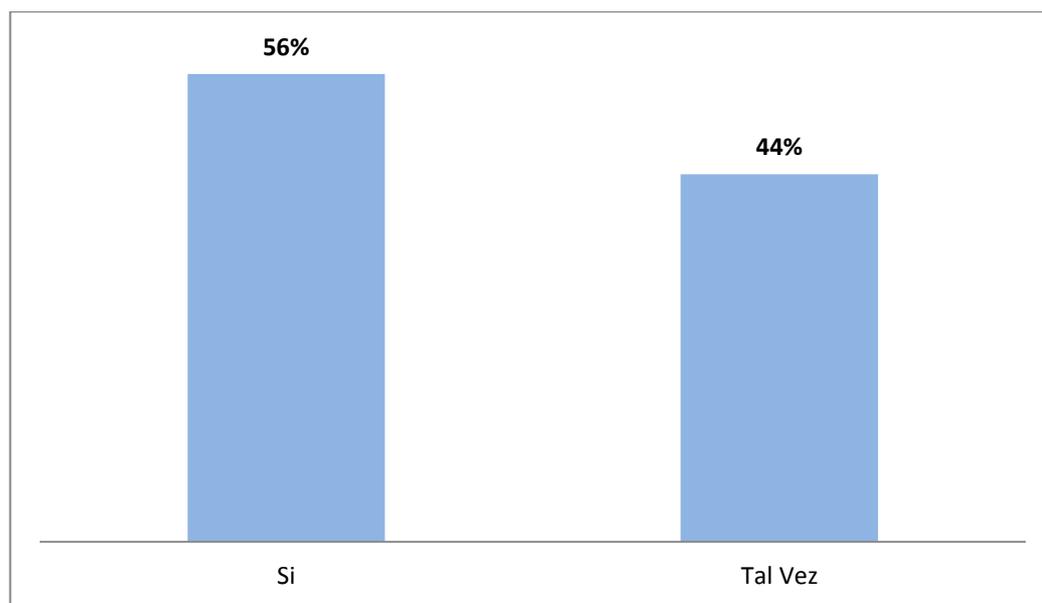
TABLA 14 ESTABLECIMIENTO DE METAS.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
	Si	5	56%
11	Tal Vez	4	44%
	Total	9	100%

FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 15 ESTABLECIMIENTO DE METAS.



FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

En cuanto a si el establecimiento de las metas permitirá alcanzar los objetivos que se plantea la cooperativa el 56% considera que si porque de esta manera se conoce cuál es el fin al que desea llegar la organización y cuál es su misión en el mercado; y el 44% piensa que tal vez sería un apoyo en el desarrollo pero que no sería de gran importancia la implementación.

12.- ¿El análisis del entorno de mercado de cooperativas financieras permitirá la aplicación de nuevas estrategias?

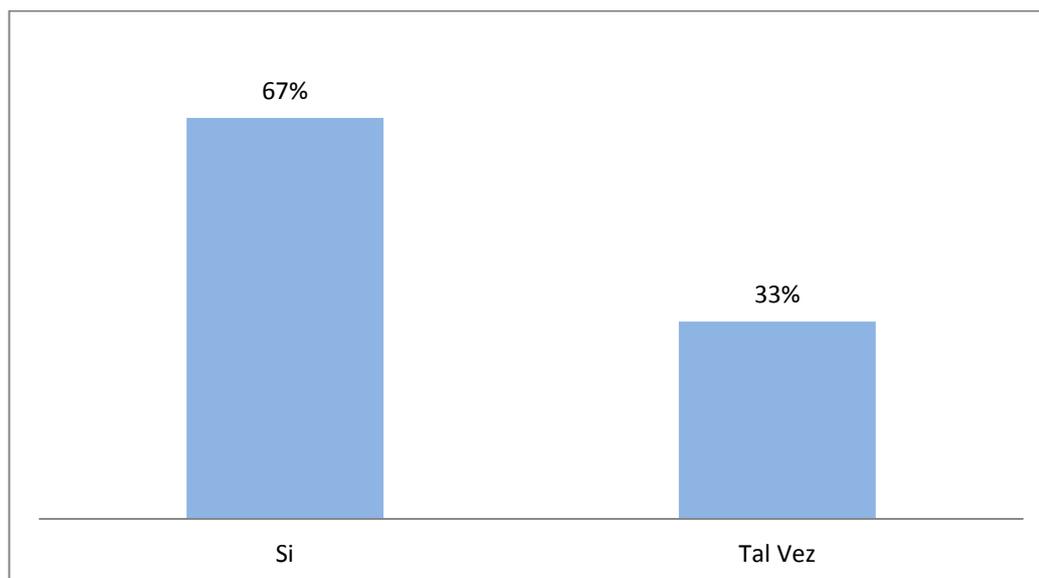
TABLA 15 ANALISIS DEL ENTORNO DE MERCADO.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
	Si	6	67%
12	Tal Vez	3	33%
	Total	9	100%

FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 16 ANALISIS DEL ENTORNO DE MERCADO.



FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

Al consultar si sería importante analizar el entorno donde se desempeña la cooperativa para así diseñar las estrategias el 67% de los encuestados considera que sería importante pues permite identificar qué cambios debería implementar para su éxito; mientras el 33% piensa que tal vez sería un apoyo para identificar los factores.

13- ¿Considera usted importante que la aplicación de nuevas estrategias competitivas permitirá tener una ventaja ante la competencia? ¿Por qué?

De acuerdo a la encuesta realizada al talento humano de la Cooperativa mencionan que si consideran importante la aplicación de nuevas estrategias competitivas, debido a que permitirán que la organización crezca, se planteen nuevas metas, objetivos que la lleven a ser diferente en el medio.

Consideran que se convertirían en las ventajas con la que la organización puede ser competitiva frente a cooperativas que estén bajo la misma definición del negocio.

3.3.2. Resultados de la encuesta aplicada a los Socios de la Cooperativa.

1.- ¿Se siente identificado usted con la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul del cual es socio?

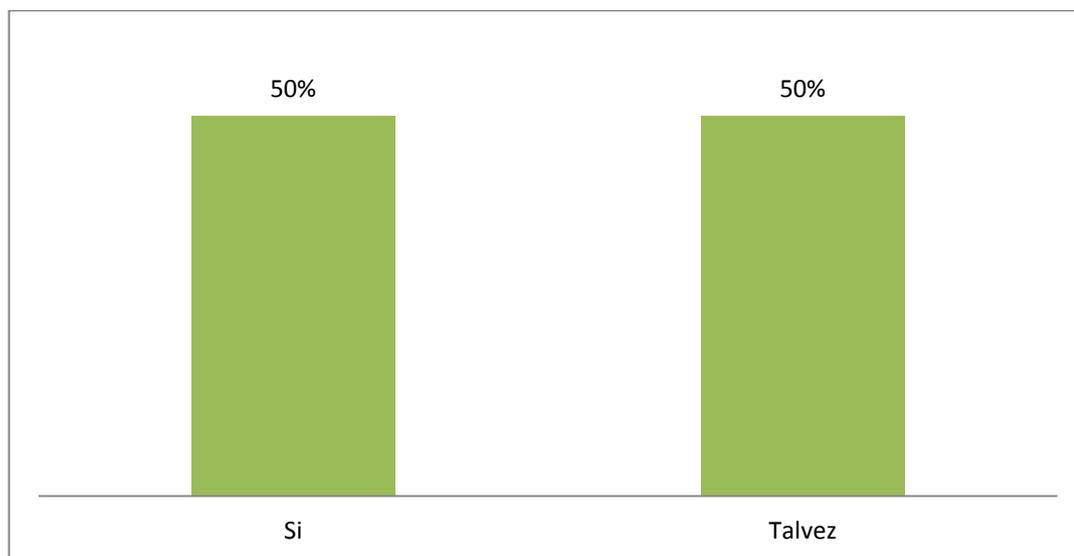
TABLA 16 SENTIDO DE PERTENENCIA.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	13	50%
	Tal vez	13	50%
	Total	26	100%

FUENTE: Socios de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 17 SENTIDO DE PERTENENCIA.



FUENTE: Socios de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

Dentro del análisis de del segundo formato de encuesta aplicado a los socios de la Cooperativa se puede identificar una equidad en lo referente a si se siente identificado con la institución el 50% de los encuestados consideran la opción del SI; y el 50% restante piensa en la opción TAL VEZ., como se ilustra en el gráfico.

2.- ¿Considera usted que la Cooperativa ha cumplido con sus expectativas?

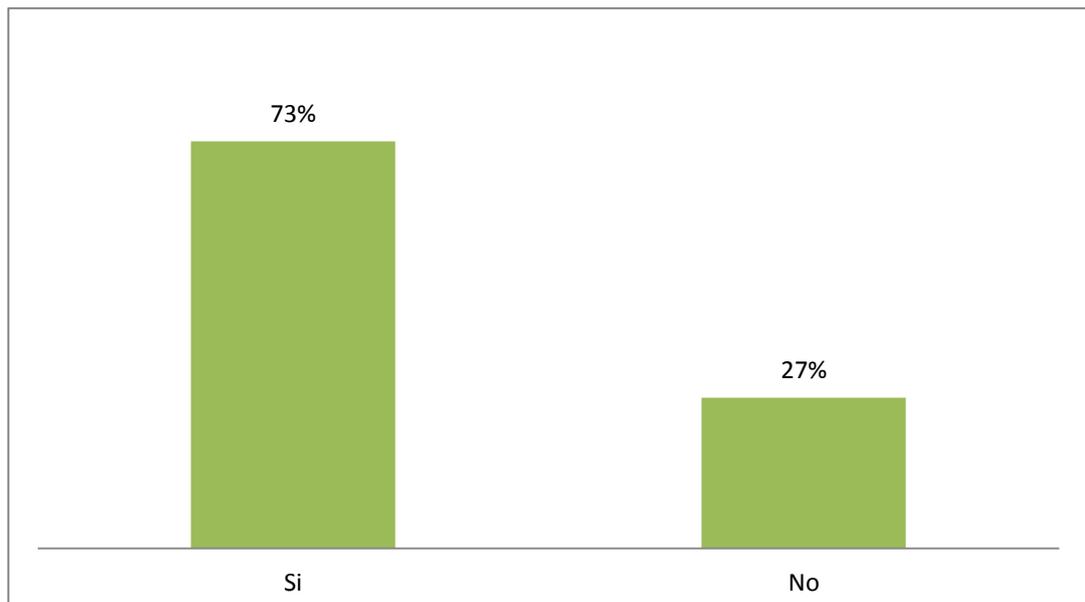
TABLA 17 CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
2	Si	19	73%
	No	7	27%
	Total	26	100%

FUENTE: Socios de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 18 CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS.



FUENTE: Socios de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

En lo referente a como consideran el cumplimiento de las expectativas el 73% de los encuestados consideran que las funciones de la cooperativa si cumplen con sus expectativas, mientras que el 27% considera que no se está cumpliendo con lo esperado por la cooperativa.

3.- ¿Piensa usted que el diseño de un plan estratégico sería de gran apoyo al desarrollo de la institución?

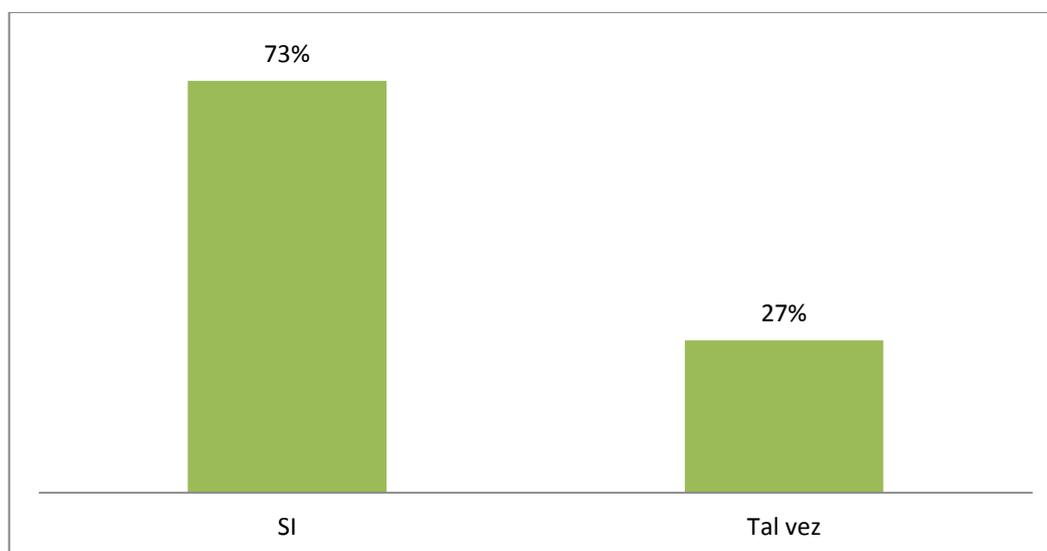
TABLA 18 DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
3	SI	19	73%
	Tal vez	7	27%
	Total	26	100%

FUENTE: Socios de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 19 DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO.



FUENTE: Socios de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

En cuanto a la interrogante de que si el Diseño de un Plan Estratégico será de apoyo al desarrollo de la institución el 73% de los encuestados consideran que si será un apoyo ya que permitirá proyectarse a la organización hacia el futuro y permite plantear sus objetivos a corto, mediano y largo plazo. Sin embargo el 27% considera que Tal vez sería un apoyo al desarrollo.

4.- ¿Considera usted conveniente que el plan estratégico propuesto mejorara el desempeño del talento humano?

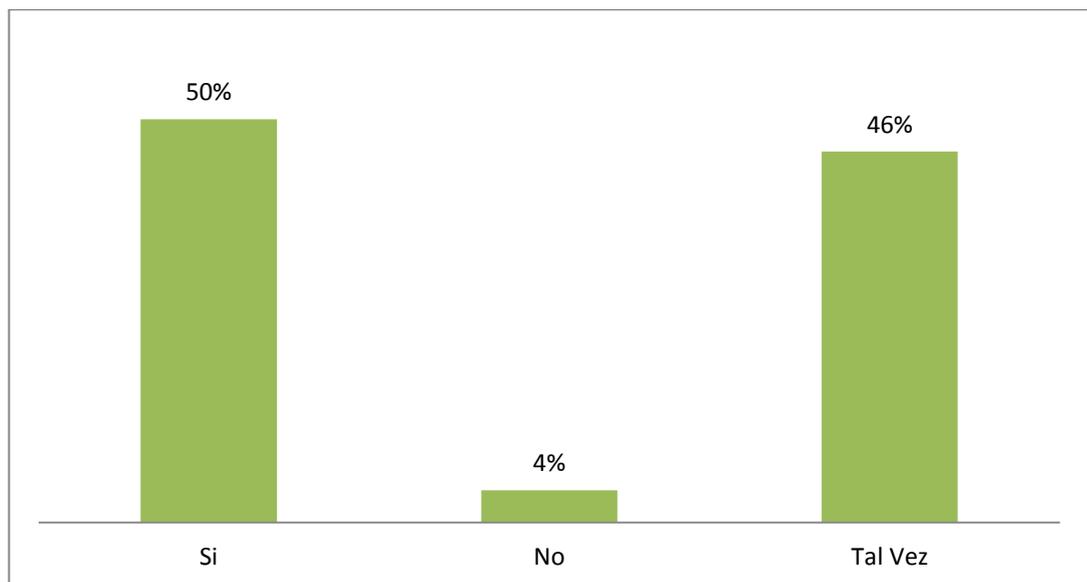
TABLA 19 PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORA DEL DESEMPEÑO.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
4	Si	13	50%
	No	1	4%
	Tal Vez	12	46%
	Total	26	100%

FUENTE: Socios de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO PLAN ESTRATÉGICO PARA MEJORA DEL DESEMPEÑO.



FUENTE: Socios de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

El 50% de los socios encuestados consideran que el Plan Estratégico diseñado ayudara en el desempeño del talento humano de cooperativa; el 46% responde que tal vez sería de gran apoyo y el 4% de los encuestados considera que no sería de ayuda, como se observa en el gráfico.

5.- ¿Cree usted que la empresa se encuentra identificada en el medio que se desenvuelve?

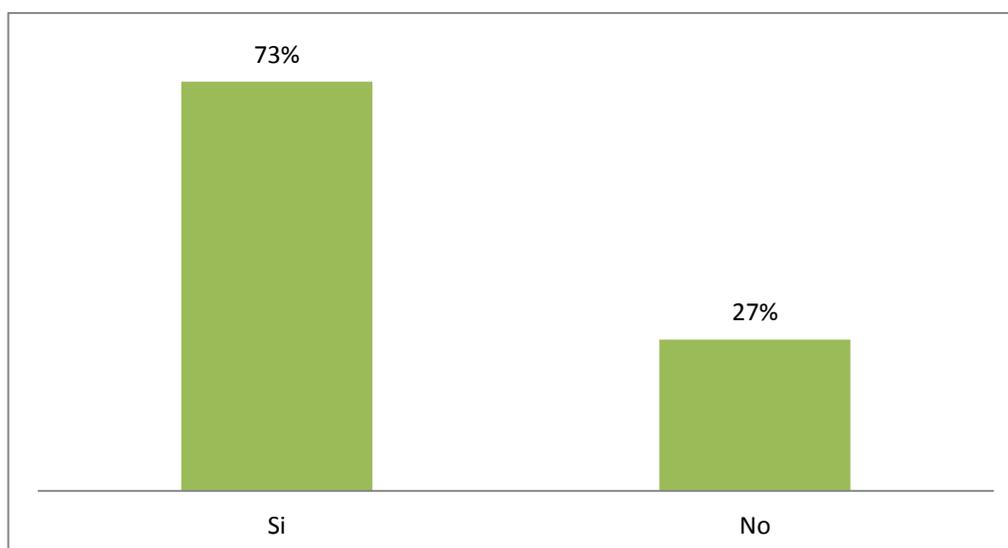
TABLA 20 IMAGEN DE COOPERATIVA EN MERCADO FINANCIERO.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
5	Si	19	73%
	No	7	27%
	Total	26	100%

FUENTE: Socios de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 20 IMAGEN DE COOPERATIVA EN MERCADO FINANCIERO.



FUENTE: Socios de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

En cuanto a la interrogante si la organización se encuentra identificada en el medio el 73 de los socios considera que si está reconocida y el 27 % responde que no está identificada en el medio financiero por cual requiere una mayor publicidad.

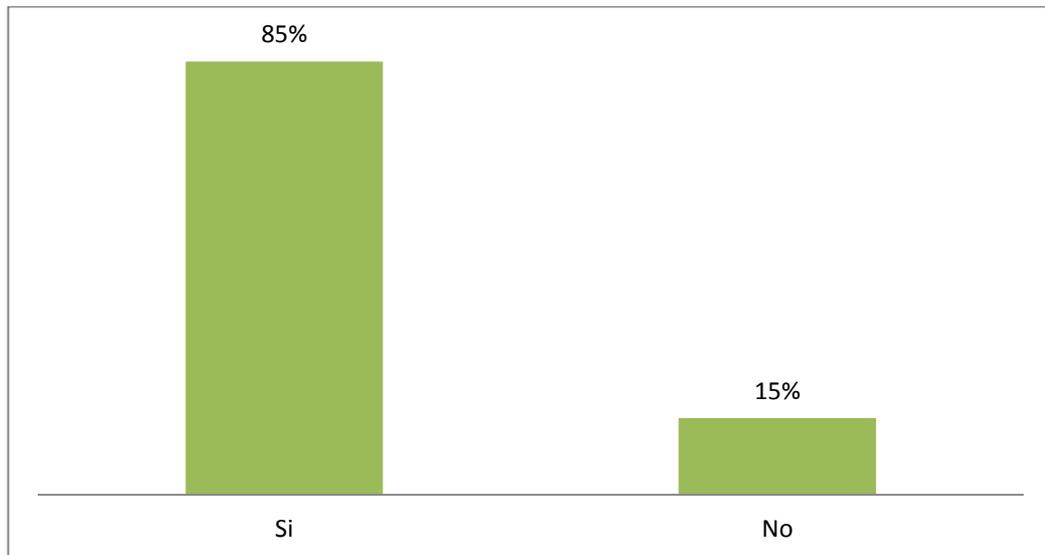
6.- ¿Ud. como socio y cliente de la institución ha recomendado a otras personas para su afiliación?

TABLA 21 NUEVAS AFILIACIONES- SOCIOS.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
6	Si	22	85%
	No	4	15%
	Total	26	100%

FUENTE: Socios de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.
ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 21 NUEVAS AFILIACIONES-SOCIOS



FUENTE: Socios de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.
ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

En lo referente a si los socios actuales serian de intermediarios para que la cooperativa obtenga más socios el 85% de los encuestados responden que si recomendarían a la institución del cual se daría un resultado positivo ya que la imagen de la cooperativa mejoraría y por ende su cartera de clientes aumentaría; mientras que el 15% responde que no.

7.- ¿Ud. como miembro de la institución que valores corporativos cree que posee la institución y cuales debería implementar?

Como análisis de acuerdo a la pregunta abierta que se planteó a los socios de la cooperativa la gran mayoría coincide en que los valores corporativos que se deben implementar son:

- Trabajo en Equipo.
- Compromiso.
- Liderazgo
- Sentido de pertenencia

Cada uno de ellos consideran los socios que serían de gran significado en el conocimiento del talento humano en la organización ya que conlleva a sentirse identificados con la institución y sobre todo sienten el compromiso con la meta u objetivo que se planea cumplir en un determinado tiempo.

3.3.3. Resultados de la encuesta aplicada a los clientes de la Cooperativa.

1.- ¿Cuál es el grado de satisfacción que le daría usted como cliente a los servicios que presta la Cooperativa Costa Azul?

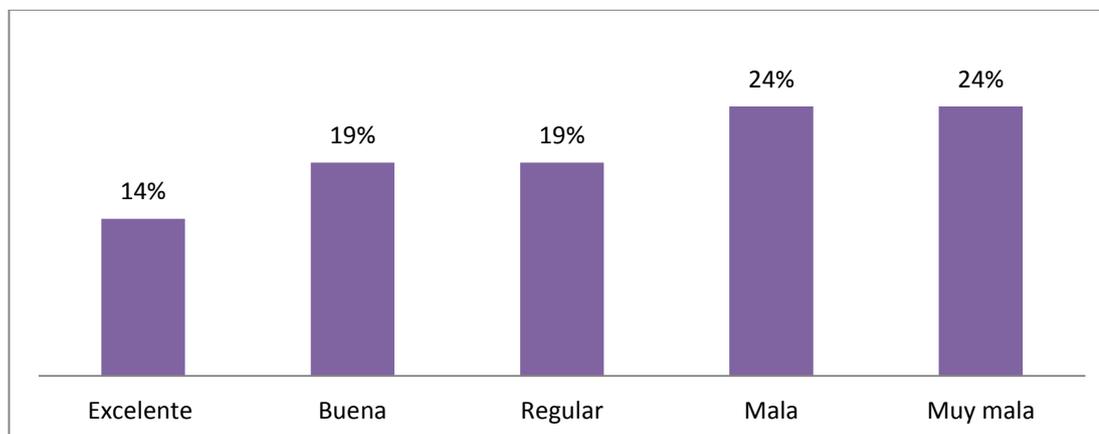
TABLA 22 GRADO DE SATISFACCIÓN

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
1	Excelente	15	14%
	Buena	20	19%
	Regular	20	19%
	Mala	25	24%
	Muy mala	25	24%
	Total		105

FUENTE: Clientes de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 22 GRADO DE SATISFACCIÓN.



FUENTE: Talento Humano de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

En referencia a cómo se siente el cliente con la satisfacción del servicio que ofrece la cooperativa el 24% de los encuestados considera que es mala y otro 24% que es muy mala; el 19% piensa que está entre buena y regular y el 14% piensa que es excelente.

2.- ¿Como califica usted la atención al cliente de los trabajadores de la Cooperativa Costa Azul?

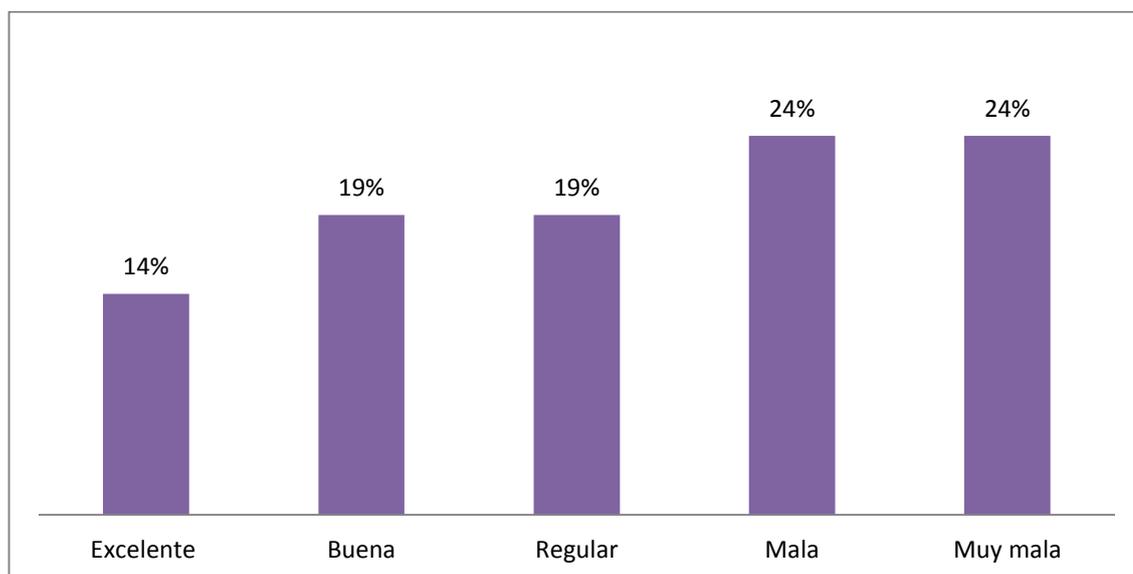
TABLA 23 ÍNDICE DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
2	Excelente	15	14%
	Buena	20	19%
	Regular	20	19%
	Mala	25	24%
	Muy mala	25	24%
	Total		105

FUENTE: Clientes de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 23 ÍNDICE DE ATENCIÓN AL CLIENTE.



FUENTE: Clientes de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

En cuanto a cómo califican la atención al cliente se encuentran en igualdad a la pregunta anterior el 24% considera que es mala; 24% muy mala; el 19% piensa que es una atención buena; 19% regular y tan solo el 14% opinan que es Excelente la atención recibida.

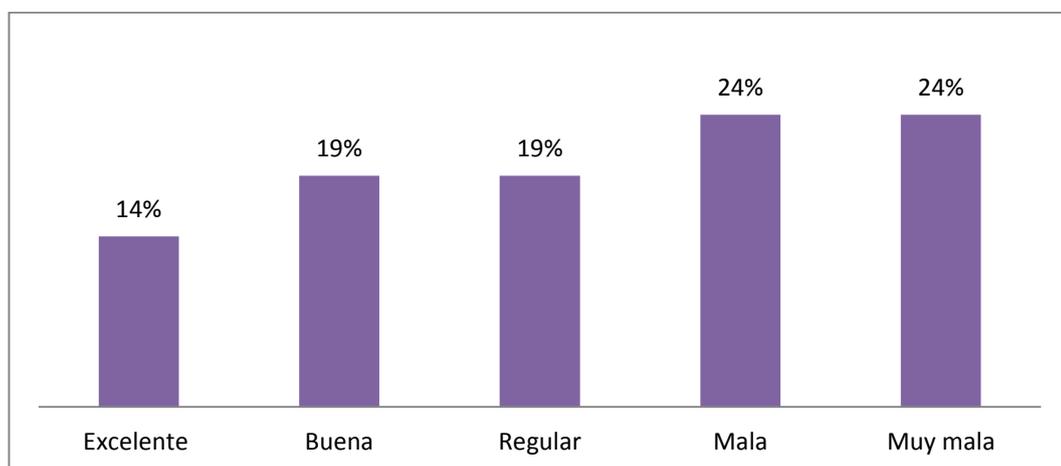
3.- ¿Considera usted que el tiempo de respuesta a sus solicitudes y requerimientos es?

TABLA 24 TIEMPOS DE ATENCIÓN A SOLICITUDES O REQUERIMIENTOS.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
3	Excelente	15	14%
	Buena	20	19%
	Regular	20	19%
	Mala	25	24%
	Muy mala	25	24%
	Total	105	100%

FUENTE: Clientes de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.
ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 24 TIEMPOS DE ATENCIÓN A SOLICITUDES O REQUERIMIENTOS.



FUENTE: Clientes de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.
ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

En lo que respecta a los tiempos de atención a requerimientos de solicitudes en la cooperativa el 24% de encuestas considera muy mala; otro 24% piensa que es mala; un 19% califica de regular de igual manera otro 19% dice que es buena y un 3% estima que es excelente la atención a los pedidos.

4.- De los servicios que ofrece la Cooperativa ¿Cuál ha sido utilizado por usted por lo menos una vez al año?

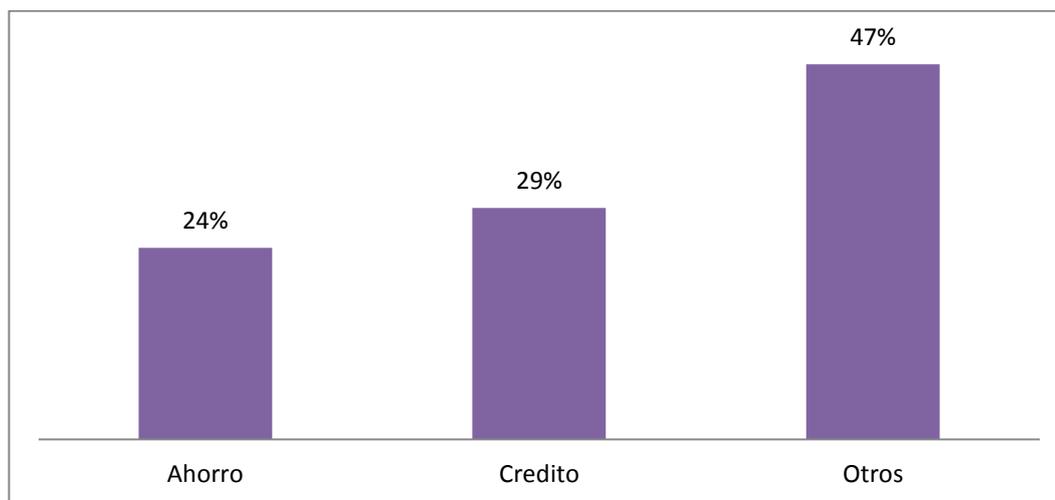
TABLA 25 TIPOS DE SERVICIOS DE LA COOPERATIVA.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
4	Ahorro	25	24%
	Crédito	31	29%
	Otros	49	47%
	Total	105	100%

FUENTE: Clientes de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 25 TIPOS DE SERVICIOS DE LA COOPERATIVA.



FUENTE: Clientes de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

En referencia a la interrogante de que servicio ha utilizado el cliente por lo menos una vez al año la mayor parte de los encuestados respondieron que han realizado la actividad de ahorro y crédito. Dentro de la tabla para el cálculo del 100% se considera que en la actividad de Otros que sería ahorro y crédito el 47% de los encuestados han utilizado este servicio; un 29% solo utilizo el servicio de crédito y el 24% realizo solo depósito de ahorros.

5.- ¿Considera usted que la Cooperativa se encuentra identificada en el mercado financiero?

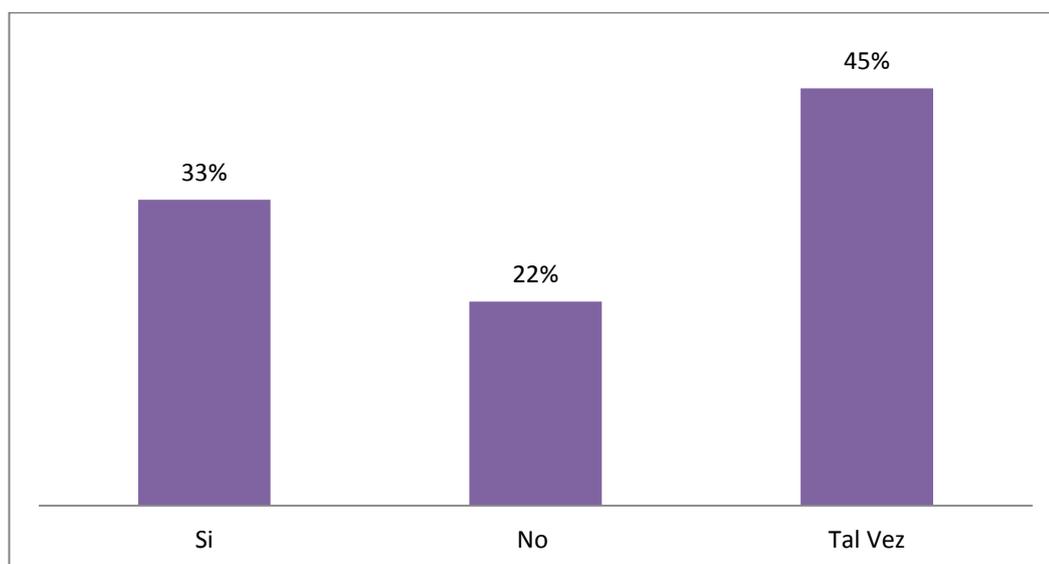
TABLA 26 RECONOCIMIENTO EN MERCADO FINANCIERO

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
5	Si	35	33%
	No	23	22%
	Tal Vez	47	45%
	Total	105	100%

FUENTE: Clientes de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 26 RECONOCIMIENTO EN MERCADO FINANCIERO.



FUENTE: Clientes de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

Al analizar sobre la identificación en el mercado de la cooperativa el 33% de los clientes encuestados considera que si esta posesionada la organización en el medio; un 45% piensa que tal vez si está identificada y un 22% cree que no está todavía reconocida en el medio financiero.

6.- ¿Qué tipo de medio de comunicación considera usted que atraería la atención de futuros clientes?

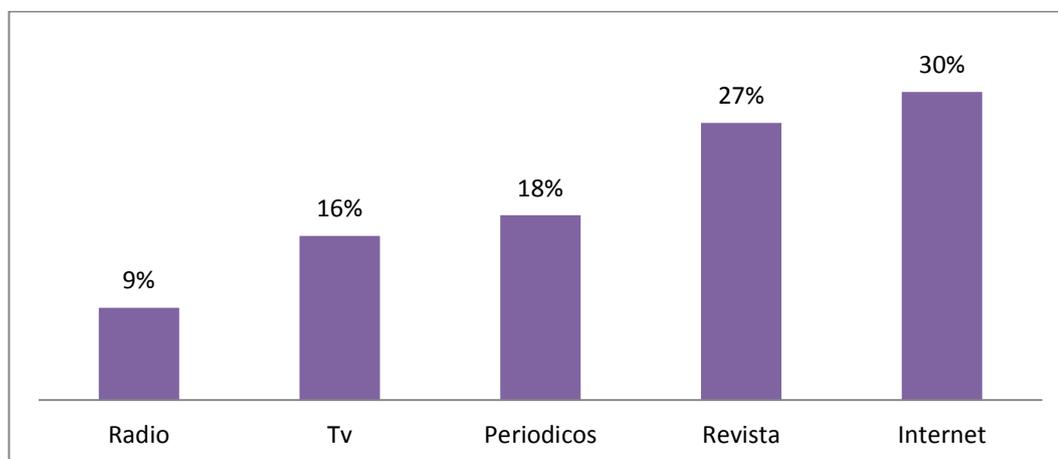
TABLA 27 MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA PUBLICIDAD.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
6	Radio	9	9%
	Tv	17	16%
	Periódicos	19	18%
	Revista	28	27%
	Internet	32	30%
	Total		105

FUENTE: Clientes de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 27 MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA PUBLICIDAD.



FUENTE: Clientes de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

En análisis sobre los medios o estrategias de publicidad que la cooperativa debería aplicar para acaparar más clientes el 30% de los encuestados considera que se debe implementar publicidad por medio de internet; un 27% a través de revistas; un 18% que se debería utilizar periódicos; 16% el medio televisivo y el 9% piensa que se debe utilizar el medio radial.

7.- ¿Piensa usted que la Cooperativa cuenta con un lugar físico adecuado para el desarrollo y atención de sus clientes?

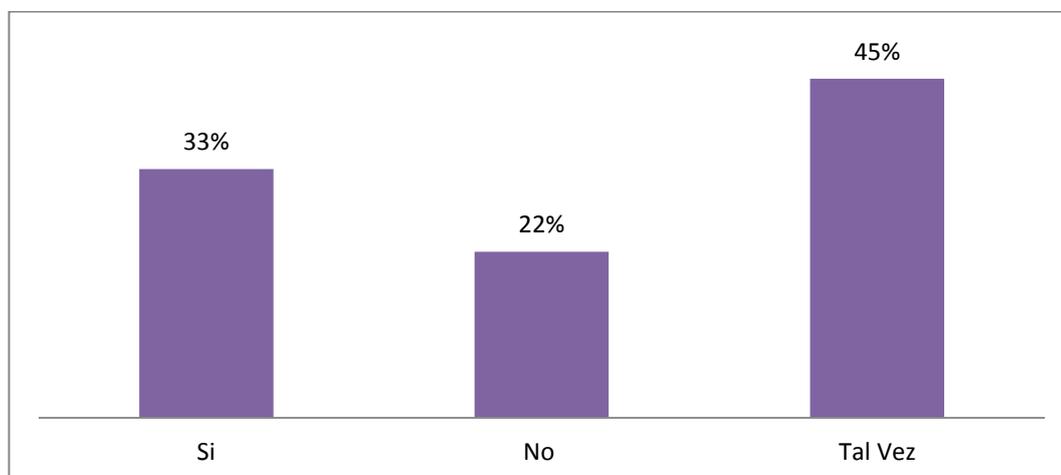
TABLA 28 INSTALACIONES DE LA COOPERATIVA.

Ítem	Descripción	Frecuencia	Porcentaje
7	Si	35	33%
	No	23	22%
	Tal Vez	47	45%
	Total	105	100%

FUENTE: Clientes de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

GRÁFICO 28 INSTALACIONES DE LA COOPERATIVA



FUENTE: Clientes de La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ELABORACIÓN: Carmen Macas Guamán.

En cuanto a lo que se relaciona con el espacio físico en el cual atiende a sus clientes la cooperativa el 45% de los encuestado manifiesta que está conforme con el lugar; un 33% si está conforme y el 22% de los clientes recomiendan que deberían implementar mejor imagen en un lugar más espacioso por motivos de que en ciertas fechas se presenta aglomeración de clientes.

8.- ¿Qué recomendación daría usted a los directivos de la Cooperativa para que incremente su cartera de clientes?

Entre las recomendaciones que los clientes darían a los directivos es que deberían capacitar a su talento humano sobre atención más personalizada y cordial, el espacio físico en el cual se atiende debería ser más cómodo (muebles de espera y aire acondicionado) mientras esta en las instalaciones realizando sus gestiones.

Que en el proceso de aprobación de crédito se agilite con mayor efectividad dando una respuesta oportuna a las necesidades que se presenten. Que exista más publicidad sobre todos los servicios que ofrece la cooperativa con el fin de fidelizar al mismo satisfaciendo todas sus necesidades.

CONCLUSIONES

1. Se determina que existe un 90% en ineficiente comunicación entre los colaboradores de la cooperativa ocasionando demora en los procesos de aprobación de créditos y en gestiones administrativas.
2. Se identifica un 65% de escaso control y evaluación en la asignación de tareas al talento humano, generando sobrecarga de trabajo y poca identidad del colaborador con la institución en la que presta sus servicios, provocando que muchas de las metas planteadas queden inconclusas.
3. Los colaboradores carecen de un 90% en cuanto a experiencia y capacidad en técnicas de atención al cliente por falta de capacitación brindada por la organización, generando una brecha entre cliente y colaborador, y en muchas ocasiones genera la desvinculación del cliente por no cumplir con sus expectativas.
4. El 45% del talento humano no cuenta con la inducción sobre la organización, por ende desconoce su misión y visión generando un problema al momento de sentirse identificado con la institución se hace visible la insatisfacción laboral y no contribuye en el cumplimiento de los objetivos planteados.
5. Presenta un bajo porcentaje 35% en referente a estrategias de marketing que permitan que la organización sea reconocida en el medio en el que se desenvuelve, permitiendo que la competencia acapare más clientes y que el número de clientes no crezca.
6. El 85% del talento humano desconoce de proyectos que ayuden a mejorar el nivel organizacional, social y económico de la cooperativa; lo cual se convierte en un obstáculo en el cumplimiento de los objetivos y metas planteadas.

RECOMENDACIONES

1. Implementar medios de comunicación interna y externa como correo electrónico, facilidad de equipos móviles para uso de actividades como cobros fuera de oficinas (puerta a puerta), para inspección física y dar el visto bueno para aprobación de un crédito.
2. Establecer un manual con las respectivas funciones y principales etapas de inducción que debe conocer cada miembro de la organización; socios o directivos y talento humano que presta sus servicios en la institución.
3. Implementar capacitaciones periódicamente sobre servicio al cliente y los diferentes sistemas que se utilizan en las cooperativa con la finalidad de estar actualizados y tener un servicio de calidad y cordial.
4. Establecer reuniones o programas de integración con el personal para intercambio de opiniones y lluvia de ideas, armonizar el ambiente, formando una cultura organizacional y generando la motivación laboral para trabajar en equipo
5. Implementar estrategias de publicidad para promocionar a la institución utilizando medios radiales, televisivos, escritos y electrónicos que lleguen a las personas interesadas y se conviertan en clientes potenciales.
6. Implementación de proyectos que permitan estar a la vanguardia con las nuevas tendencias tecnológicas e informáticas lo cual permitirá que los colaboradores tengan conocimientos fundamentales para el desarrollo de tareas y toma de decisiones convirtiéndose en la ventaja competitiva en el mercado.

CAPÍTULO IV

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "COSTA AZUL" LTDA., EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014-2018.

4.1. ANTECEDENTES

El cantón La Libertad considerada como la capital económica de la Provincia de Santa Elena debido al movimiento financiero, económico y social que en ella se desarrolla es la localidad donde se encuentran las instalaciones de la Cooperativa Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

La misma que está formada por un grupo de migrantes indígenas de la Provincia de Chimborazo, en busca de mejores condiciones de vida para sus familias y pensando en el futuro de cada uno. Pero a migrar se encuentra con diferentes clases de problemas como la falta de empleo, la marginación del que eran objetos por ciertos grupos de personas por el tipo de origen indígena que tienen al igual que se sentían debilitados en cuanto a lo que se refiere a los valores familiares, culturales y sociales.

Por lo cual se identifican como un grupo de personas que en su mayoría se dedican a la actividad comercial como venta de ropa, abastos y negocios informales, pero que a través de ellos pretenden convertirse en emprendedores microempresarios, fomentando empleo, iniciando nuevos negocios y lograr el éxito.

Con la idea de la dificultad en acceder a un crédito es que nace la propuesta de formar la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

Inicia sus actividades el 5 de marzo del 2010, con el propósito de ser una entidad cooperativa de carácter privado, perteneciente al sector de la economía solidaria, con vínculos a los pequeños y medianos comerciantes que sientan y vean en el cooperativismo como la mejor alternativa de desarrollo económico y social de sus asociados.

Este propósito tiene como objetivo conformar una asociación de personas trabajadoras unidas voluntariamente donde se unan esfuerzos, capacidades, oficios y recursos para satisfacer las necesidades y aspiraciones. Mediante el otorgamiento de créditos se busca que los interesados puedan invertir en negocios que mantenga o fomenten una nueva fuente de empleo generando nuevas plazas.

4.2. DEFINICIÓN DEL NEGOCIO

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., nace con un nexo de confianza, amistad e identidad histórica entre los asociados (comerciantes, vendedores de productos perecibles y no perecibles, trabajadores de construcción), quienes cuentan con experiencia en actividades comerciales.

Dentro de la definición de la actividad del negocio, ofrece servicio de crédito y ahorro a clientes que buscan invertir en nuevas opciones de trabajo, al igual que ofrece servicio de cobro de luz, agua, teléfono, SOAT, RISE, Avon y Yanbal, dando así opciones de acaparar más clientes.

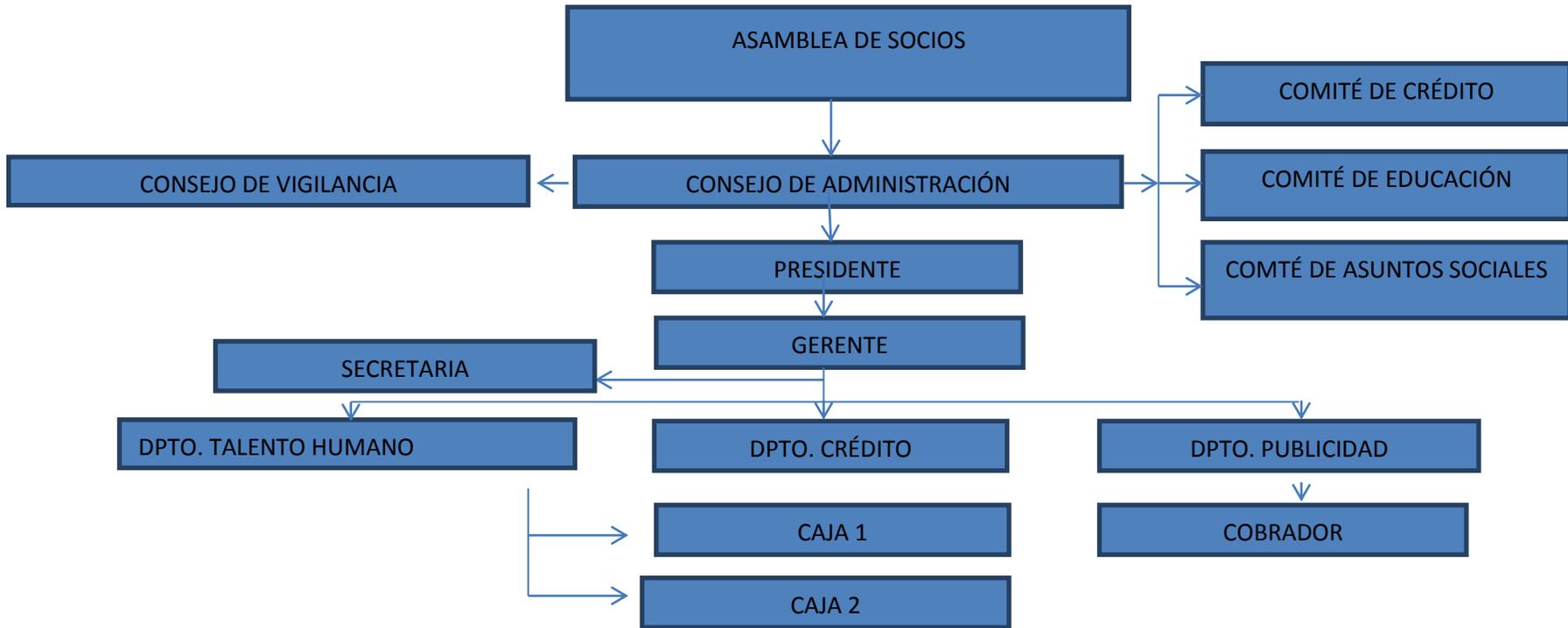
4.3. DATOS FINANCIEROS

Capital social: Veintiséis socios fundadores, aportantes de cien dólares (\$ 100.00) cada uno, representado dos mil seiscientos dólares (\$ 2,600.00). El capital se incrementará de la siguiente manera estipulado por los directivos a través de aportaciones diarias de \$ 3.00 que cada uno de los socios fundadores emita.

Razón Social

Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

GRÁFICO 29 Organigrama Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.



ELABORADO POR: Carmen Macas Guamán.

4.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., se estructura de manera vertical y mantiene una jerarquía, se asignan funciones específicas para la obtención de información de forma oportuna, de acuerdo a las necesidades que se presentan en la institución se considera la implementación del Departamento de Talento Humano y el Departamento de Publicidad, por lo que se debe incluir aspectos como la definición de las tareas y responsabilidades, la planificación del personal y dirección. En este punto se hará referencia a la definición de objetivos y estrategias organizacionales y de las personas necesarias para llevarlo cabo.

Orgánico Funcional

En lo relacionado a los estatutos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., se establecen las funciones que deben ejecutar cada miembro de las diferentes etapas jerárquicas, adicionalmente se considera las funciones que van a ejecutar los dos departamentos implementados como lo es Talento Humano y Marketing.

La política administrativa, económica y fiscalizadora de la Cooperativa se hará a través de los siguientes organismos:

- La asamblea de socios o delegados.
- El consejo de administración.
- El consejo de vigilancia.
- Las comisiones especiales nombradas por la Asamblea General o por el Consejo de Administración.
- La gerencia.

Dentro de las funciones que desempeñan se detalla a continuación:

Asamblea de Socios.

- Reformar estatutos, así como todos los reglamentos internos de la Cooperativa los que deben ser sometidos a la aprobación de la Dirección Nacional de Cooperativas del Ministerio de Inclusión Económica y Social.
- Conocer y aprobar el presupuesto y el plan de trabajo de la Cooperativa.
- Autorizar la adquisición de bienes o grávame total o parcial de ellos.
- Conocer los balances semestrales, y aprobar o rechazar los informes relativos de la Cooperativa.

Consejo de Administración

- Sesionar una vez por semana, ordinariamente y extraordinariamente cuando sea necesario.
- Aprobar o rechazar solicitudes de nuevos socios.
- Nombrar y remover con causa justa al Gerente, Jefe de Oficina y empleados caucionados.
- Autorizar la transferencia de los certificados de aportación de acuerdo al Reglamento de Ley Orgánica Económica, Popular y Solidaria.
- Elaborar los reglamentos internos para presentarlos a consideración de la Asamblea.

Presidente

- Presidir las sesiones de asamblea general, del consejo de administración y orientar las discusiones.
- Convocar asamblea general ordinarias o extraordinarias.
- Definir con su voto los empates de las votaciones de Asamblea General.
- Habilidadación en conjunto con el Gerente las cuentas bancarias, responsabilidad sobre firmas, giros, endosos y cancelación de cheques.

Consejo de Vigilancia

- Supervisar todas las inversiones económicas que se realicen en la Cooperativa.
- Controlar las transacciones económicas de la Cooperativa y presentar el respectivo informe.
- Verificar que la contabilidad esté debidamente correcta.
- Emitir su dictamen sobre balance semestral y someterlo a consideración de la Asamblea de Socios.

Comisión de Crédito

- Este comité se encarga de todo lo relacionado a las solicitudes de préstamo de los socios, de acuerdo a las normas establecidas por el Consejo de Administración para la aprobación del crédito.

Comisión de Educación

- Se encargarán de coordinar actividades de interés para los socios, al igual que organizar y desarrollar programas de educación y cooperativismo.

Comisión de Asuntos Sociales

- Se crea con la finalidad de que se encargue de estudiar, analizar y solucionar los problemas sociales de la Cooperativa y de sus socios.

Gerente

- Representar judicial y extrajudicialmente a la Cooperativa.
- Organizar la administración de la empresa y responsabilidades
- Presentar un informe administrativo y los balances semestrales a consideración del Consejo de Administración.

- Nombrar, aceptar renunciaciones y cancelar a los empleados cuya designación o remoción no corresponda a otros organismos de la Cooperativa.
- Vigilar que se lleve correctamente la contabilidad.
- Firmar documentos financieros como cheque en conjunto con el Presidente.

Secretaria.

- Redactar, certificar, administrar las actas de las sesiones efectuadas.
- Informe del avance de las actividades proyectadas.
- Convocar mediante citación previa a sesiones estipulando los datos necesarios.
- Llevar control de correspondencia y los libros de registro de afiliación.

Departamento Talento Humano

- Control de asistencia de los colaboradores.
- Fomentar la motivación laboral.
- Ejecutar proceso de contratación de talento humano (reclutamiento, selección)
- Aplicar inducción sobre la organización a cada colaborador nuevo
- Controlar, monitorear y evaluar el desempeño laboral.
- Realizar informes sobre el rendimiento del talento humano
- Administración de pago de nómina, prestaciones y beneficios por ley.
- Fomentar la cultura y seguridad organizacional

Departamento de Crédito

- Supervisar y controlar las actividades realizadas por Caja y Cobrador.
- Emitir reportes con los respectivos recaudos diarios, semanales.
- Realizar depósitos de valores en efectivo de recaudos puerta a puerta.

- Realizar arqueo de caja una vez por mes.
- Analizar solicitudes de nuevos créditos (documentos, buro de crédito y referencias).

Departamento de Publicidad.

- Emitir misivas de comunicación dando a conocer a la Cooperativa en el medio Financiero.
- Analizar la implementación de estrategias que acaparen o fidelicen al cliente.
- Evaluar la aplicación de estrategias publicitarias
- Analizar el mercado y la competencia.

Caja

- Ejecutar cobros dentro de las instalaciones de la cooperativa.
- Emitir reportes diarios, quincenales y mensuales de los recaudos emitidos en los periodos determinados.
- Llevar el control minucioso de recaudos por crédito, ahorros y cobros de los demás servicios que ofrece la cooperativa.
- Proporcionar información oportuna al jefe inmediato Gerencia de requerir algún departamento adicional.

Cobrador

- Específicamente es el encargado de los cobros diarios o semanales que se efectúan de puerta a puerta a los diferentes clientes con los que cuenta la Cooperativa.
- Generar reportes de los recaudos con los respectivos comprobantes de cobro de respaldos.

4.5. ELEMENTOS DEL PLAN ESTRATÉGICO DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO COSTA AZUL LTDA.

4.5.1. Filosofía.

El servicio está orientado a posesionarse en el mercado financiero, con crecimiento, confianza y compromiso para cumplir los requerimientos y expectativas de los clientes, a través de un sólido equipo de trabajo.

4.5.2. Misión.

Ofrecer un servicio de calidad a nuestros socios clientes de manera oportuna, competitiva y con responsabilidad que asegure el mejoramiento de la calidad de vida, cumpliendo de esta forma con el objetivo de estrechar los lazos de solidaridad y ayuda mutua.

4.5.3. Visión.

Fortalecer la Cooperativa como líder a nivel local en la prestación de servicios financieros, constituyéndose en la entidad preferida de los comerciantes, vendedores, trabajadores informales, obreros, campesinos e indígenas que se vean identificados, siendo reconocida como la más eficiente organización en el manejo de sus recursos para satisfacer las necesidades de sus asociados.

4.5.4. Objetivos.

Objetivo General

Lograr un mayor crecimiento en la participación de mercado dentro de la Provincia de Santa Elena, ofreciendo un servicio de calidad y confiable dado por un personal capacitado, lo que permitirá ser competitivo alcanzando el éxito organizacional.

Objetivos Específicos.

- Capacitar al talento humano de la Cooperativa mediante talleres de servicio al cliente y motivación organizacional.
- Promover el bien social y desarrollo económico de sus asociados mediante la aplicación de estrategias.
- Mejorar la comunicación interna y externa de la institución a través de recursos tecnológicos.
- Incrementar la cartera de clientes mediante la aplicación de estrategias de publicidad acaparando más mercado.
- Fomentar la cultura organización a través de manuales que permitan al colaborador instruirse y sentirse identificado con la institución.
- Alcanzar crecimiento organizacional a través de proyectos estratégicos alcanzando una meta.

4.5.5. Valores Éticos

Confianza

Valor relevante dentro de la organización ya que permite que se trasmita la seguridad en el accionar de las personas, dando pie a que sepamos que se actúa de manera correcta por sus conocimientos.

Compromiso

Sentir que se siente identificado y busca cumplir con las metas que se establecen. Es el valor que se busca inculcar a todo el talento humano de la cooperativa.

Optimismo

Ser siempre positivo frente a cualquier adversidad que se presente, es un síntoma de confianza y que hace que las personas que en ella laboren, se sientan a gusto.

Voluntad

Tener la predisposición para efectuar la actividad o tarea encomendada en un tiempo establecido, sin despreocuparse de las demás responsabilidades.

Responsabilidad

Ser cumplido, obediente y efectivo en lo encomendado siempre dando más de lo que se pide, hace que el talento humano alcance la efectividad y por ende la organización llegue al éxito.

Respeto

Mantener siempre el comportamiento adecuado ya que será la imagen que se transmite a los clientes, y por ende es la imagen de la cooperativa.

Puntualidad

Ser ordenado y puntual en requerimientos que se soliciten, siempre predispuestos a cualquier inquietud.

Solidaridad

Mostrar compañerismo entre los colaboradores de la organización.

Lealtad

Ser colaborador con los demás, siempre tratar de ayudar, ya que se busca cumplir un mismo objetivo.

4.5.6. Valores Corporativos.

Liderazgo

Buscar que cada colaborador de la Cooperativa se convierta en un líder, permitiendo así lograr las metas y objetivos planteados.

Trabajo en equipo

Lograr el compromiso de la colaboración y trabajo en equipo por parte de los colaboradores, que puedan de esta manera alcanzar la meta con calidad y en menor tiempo.

Transparencia

Se convierte en una organización en un factor importante por la validez de la información que se provee a través de los informes y genera un elemento fundamental en la toma de decisiones.

Confidencialidad

Se basa en la parte discreta o reservada con la cual se maneja cierta información fundamental en el desarrollo de la organización, entre ellas se las puede considerar a las estrategias o planes de acción que se busca aplicar en la empresa.

Sentido de Pertenencia

Es favorable al ser identificado en la organización ya que permite que todos se sientan responsables de las tareas o bienes como si fuesen de su propiedad, dando una respuesta positiva en el plan de acción.

4.6. ANÁLISIS ESTRATÉGICO.

4.6.1. Análisis del ambiente externo.

Dentro del análisis externo de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., se identifican los factores que afectan directa e indirectamente en la gestión de la institución, de esta manera se puede aprovechar las oportunidades que se presentan en el medio y de igual manera se identifica las amenazas que son un obstáculo en el objetivo que buscan alcanzar.

Rastreo

A través de esta etapa se identifican las tendencias, preferencias y necesidades que tienen los clientes en el medio en que se desenvuelven lo que con lleva a que la organización se mantenga actualizada y preparada para cualquier tipo de requerimiento sobre su servicio. Este tipo de etapa no se aplica dentro de la cooperativa por lo que se ha convertido en un gran obstáculo frente a la competencia.

Supervisión

Esta segunda etapa se basa en la observación directa que la organización realiza a sus competidores identificando las estrategias aplicadas y que se convierten en un gran potencial en el mercado. Al no aplicar esto la cooperativa genera un gran desequilibrio en la gestión que se mantiene realizando ya que no conoce las fortalezas de sus competidores.

Pronóstico

Se determinan los hechos que afectarían a la Cooperativa y los tiempos de respuesta al implementar los cambios que se presenten, analizando los efectos que dan después de una buena aplicación de la etapa de rastreo y supervisión.

Evaluación

Es el análisis a los resultados obtenidos del proceso efectuado, permite ver los resultados positivos y negativos dando pie a generar las correcciones necesarias en un tiempo oportuno.

Segmento del Ambiente General

Se genera el análisis de ciertos segmentos que influyen en el estudio del objeto de investigación de manera externa:

Segmento demográfico:

El Cantón La Libertad fue creado el 14 de Abril de 1993, siendo reconocida como la capital comercial de la nueva provincia de Santa Elena, cuenta con una población de 95.942 habitantes de zona urbana (INEC Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2010). En ella se destaca el comercio, el turismo y el desarrollo micro empresarial que se ha dado en alto porcentaje. Cantón donde se encuentra ubicada estratégicamente la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

Segmento Económico:

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda. dentro de este segmento considera lo que son las tasas de interés que dentro de la cooperativa se aplica en créditos diarios 3% y en créditos semanales y quincenales 4%, y la tasa de inflación que en el 2013 terminó en 2,70%, y la tasa de ahorro personal.

Segmento Político Legal

Dentro de la organización los aspectos legales que afectarían o incidirían, sería el Reglamento de la Ley Orgánica de la Economía, popular y Solidaria. Y también el Registro Oficial Ley Orgánica de Economía, Popular y Solidaria.

Segmento Sociocultural

Siendo un ejemplo de este segmento, en la actualidad dentro de la Cooperativa el liderazgo de la mujer en la Gerencia con sus capacidades, habilidades y destrezas demuestra cómo se ha superado y ocupa importantes plazas de trabajo siendo la persona más importante en la toma de decisiones.

Segmento Tecnológico

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., cuenta con sistemas tecnológicos como son ECONEXUS que permite llevar el control del servicio de ahorro y crédito que ofrecen a sus clientes, y con el aplicativo RAPIPAGOS por el cual realizan otro tipo de transacciones como cobros de servicio básicos, Avon, Yanbal, Soat, Rise.

Adicionalmente se busca implementar servicios de internet para mantener comunicación interna y equipos móviles para lograr llevar una mejor comunicación en el ámbito laboral.

Segmento Ambiental.

La Cooperativa a través de la utilización de papel de reciclaje fomentará el cuidado del medio ambiente, es por eso que dentro de las estrategias de publicidad se involucrará medios tecnológicos para evitar el uso del papel y no contaminar el medio ambiente.

4.6.2. Análisis del ambiente interno.

En cuanto al análisis interno de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., se determinan los recursos y las necesidades que tenga sin influencia el tamaño organizacional, permite tomar acciones correctivas inmediatamente.

Recurso Humano

Son el Talento Humano involucrado directamente con la cooperativa y sus socios cuentan con la experiencia y las habilidades de labores de comerciantes, por lo cual identifican las necesidades que se les puede presentar a los clientes en determinado tiempo.

Recurso Económico.

Se genera una aportación de \$ 100.00 a cada socio al momento de la afiliación; y se le genera cobro de valores de \$ 3.00 diarios para incremento de capital dando como resultado un valor de \$ 1,080.00 anual por cada socio fundador (26)

Adicional los valores por los interés generados de los créditos otorgados, y se genera un costo por apertura de cuenta desde \$ 5.00 hasta \$ 20.00

Recurso Tecnológico.

Posee sistemas informáticos como ECONEXUS y RAPIPAGOS para la realización de sus transacciones diarias.

Se busca implementar medios móviles (celulares empresariales), para mantener comunicación continua.

Recurso Material.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., cuenta en sus instalaciones con equipos de computación para la realización de sus actividades, un stand para suministros de oficinas y muebles de oficina.

4.6.3. Análisis situacional: matriz FODA-DAFO

Permite identificar los factores internos y externos que están involucrados en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., y su entorno, siendo esta una herramienta importante para el proceso de toma de decisiones.

TABLA 29 Matriz FODA

<p style="text-align: center;"><u>FORTALEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Se cuenta con personas con experiencia en actividad comercial, fácil identificar necesidades. ✓ Ingresos económicos diarios por la actividad que se realiza. ✓ Ofrecer facilidades de créditos a los clientes. ✓ Se cuenta con sistema informático de alto nivel ECONEXUS 	<p style="text-align: center;"><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estar ubicados en un lugar estratégico de fácil actividad comercial. ✓ Captar la atención de clientes a través de las estrategias de publicidad. ✓ Plantar promociones de fidelización de cliente. ✓ Competencia con calidad en servicio
<p style="text-align: center;"><u>DEBILIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Falta de comunicación dentro de la empresa. ✓ Falta de motivación y cultura organizacional. ✓ Falta de estrategias y objetivos. ✓ Espacio físico reducido. 	<p style="text-align: center;"><u>AMENAZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Competencia. ✓ Variación en tasa de interés ✓ Variación en tasa de inflación ✓ Cambio en reglamentación legal por parte de los gobiernos de turno.

4.7. ESTRATEGIAS EMPRESARIALES.

Las estrategias empresariales poseen como principal objetivo maximizar beneficios encontrando la manera “menos costosa” para realizarlo. Pero las mismas a su vez incluyen ciertos parámetros que deben seguirse, y éstos están íntimamente ligados a varios procesos que realizan cada departamento de la compañía. Para lograr una mayor ganancia

Los tipos de estrategias que se utilizaran en el plan estratégico para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., son:

4.7.1. Estrategias promocionales.

El significado promoción es dar un incentivo a los clientes para que adquieran los servicios y se conviertan en clientes potenciales para la organización.

Dentro de este tipo de estrategia se puede considerar: rifas, sorteos de premios en fechas sobresalientes como día de la Madre, día del Padre, Navidad, etc.

A continuación se detallan opciones que podrían aplicarse con la finalidad de llamar la atención de los clientes:

Indicación efectiva: Que por cada indicación concreta de un nuevo socio se lleve un premio sorpresa el socio y el nuevo cliente siendo esto un incentivo material o pequeño bono de compras.

Premio al cliente del mes: Se premia la constancia del cliente en realizar transacciones dentro de la Cooperativa puede ser ahorros, pagos de servicio básicos u otros servicios que ofrece la institución, en cuanto al premio podría ser un electrodoméstico.

4.7.2. Estrategias publicitarias.

El objetivo primordial de este tipo de estrategia es lograr incrementar la participación de la cooperativa en el mercado. Es por eso que se concentra en una campaña publicitaria vía medios electrónicos como el internet, radio o televisión; considerando como última opción las volantes, por motivo de cuidado del medio ambiente.

Se busca la campaña por medios electrónicos por motivo de tendencias en la actualidad que predomina la tecnología.

Se puede crear blog para que los interesados revisen, al igual que se crearía correo electrónico en redes sociales como Facebook, Twitter para llamar la atención de los jóvenes empresarios con ideas de microempresas.

Al igual que la cooperativa podría implementar publicidad con el logo de la institución en bolígrafos, llaveros y calendarios de oficina para que se dé a conocer la institución.

4.7.3. Estrategias de captación de clientes.

La captación de clientes es convertir a los clientes potenciales en NUESTROS y eso consigue la institución dando toda las facilidades que fueron ofrecidas desde un inicio al socio, evitando que tenga queja o se reúse a continuar.

Actualización de página Web de la Cooperativa: se necesita mantener actualizada con cualquier tipo de novedad que se presente en la institución ya que esto genera en el cliente la indagación por un servicio que requiere, utilizando la innovación para que el cliente pueda ver desde su hogar algún tipo de transacción.

Reducción de tiempos en aprobación de créditos: dentro del proceso de aprobación el trámite más complejo es la inspección que se debe efectuar, por ende se busca medios tecnológicos que faciliten la labor y se tenga una respuesta más efectiva en beneficio del cliente.

4.7.4. Estrategias de fidelización de clientes.

Es hacer que los clientes se sientan tan satisfechos con la labor de la organización que sienta a tal punto el deseo de adquirir los servicios una y otra vez dejando sin efecto la estrategia de la competencia.

Mantener comunicación directa con el cliente podría ser una encuesta de satisfacción del servicio vía teléfono.

Mantener una atención al cliente personalizada generando una mejor imagen del colaborador de la cooperativa.

4.8. CURSOS DE ACCIÓN.

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., implementará un plan de acción que le permita ir desarrollándose en el medio financiero, con el fin de cumplir los objetivos específicos propuestos.

La flexibilidad del plan estratégico propuesta permite corregir o re-direccionar el curso de acción, buscando de esta manera que la cooperativa pueda cumplir sus objetivos y metas propuestas.

Dentro del curso de acción se establecen indicadores y responsables para el accionar de cada actividad.

TABLA 30 Plan de Acción

ESTRATEGIA	INDICADORES	RESPONSABLE	ACCIONES
Estrategias Promocionales	Incrementar un 5% en promociones para identificar clientes potenciales.	Marco Pilco	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Diseñar un programa agresivo y convincente sobre promociones. 2.- Implementar estrategias que permitan tener contacto directo con los clientes y sus necesidades. 3.- Realizar estudios de mercado para conocer las ventajas de la competencia.
Estrategias Publicitarias.	Incrementar publicidad para dar a conocer a la cooperativa.	Magdalena Pilco	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Implementar medios tecnológicos en la publicidad de la cooperativa. 2.- Ofrecer accesorios con el logo de la cooperativa.
Estrategias de Captación de clientes.	Reducción en tiempos de aprobación de créditos	Víctor Aguagallo	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Implementar medios tecnológicos como móviles para la comunicación oportuna (inspecciones). 2.- Aplicar mejoras en la página Web permitiendo realizar cualquier tipo de consulta relacionada a transacciones.
Estrategias de Fidelización de clientes.	Índice de satisfacción del cliente por la calidad del servicio.	Ana Pilco	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Capacitaciones al personal sobre servicio al cliente, dando una mejor atención 2.- Diseñar un programa que permita identificar todas las necesidades de los clientes. 3.- Aplicar la innovación siempre en la cooperativa y estar al día con las tendencias.

ELABORADO POR: Carmen Macas Guamán.

4.9. POLÍTICAS

Para la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., es fundamental establecer políticas para los procesos que ejecuta el talento humano dentro de la organización ya que aquellos serán una guía con el fin de cumplir una meta.

Políticas de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

- Satisfacción total del cliente interno y externo, por calidad del servicio en atención de forma inmediata y oportuna.
- Optimización del recurso humano bajo normas de respeto y disciplina, fomentando el buen ambiente de trabajo
- Mejoramiento continuo de los sistemas de información, comunicación y procesos.
- Implementación de nuevas tecnologías en los procesos administrativos y servicio al cliente.
- Evaluación permanente del talento humano en busca de la efectividad.
- Servicio de calidad competitivo.
- Fomentar la cultura de seguridad industrial y salud ocupacional en las organizaciones
- Monitoreo y control sobre la Información confidencial.

4.10. PROGRAMAS Y PROYECTOS

Dentro de los programas y proyectos que se buscan implementar en el presente Plan Estratégico tenemos:

De acuerdo a la tabla anterior se puede visualizar que los programas están asociados con los proyectos que se buscan aplicar en la organización, siendo esto relacionado con las estrategias que se plantean con la finalidad de lograr el éxito organizacional.

4.11. PROYECTOS

Son los planes que se detallan con enfoque estratégico y un tiempo estimado para el cumplimiento de las metas planteadas por la organización.

A continuación se presentan los programas:

TABLA 32 PROGRAMA DE POSICIONAMIENTO Y APLICACIÓN DE MARKETING

	Proyecto	Objetivos	Enfoque Estratégico	Metas				
				2014	2015	2016	2017	2018
Programa de Posicionamiento y aplicación de Marketing en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Ltda.	Proyecto de Imagen Corporativa	Captar a clientes potenciales	Nuevos Clientes	15%	30%	30%	40%	50%
	Proyecto de Instrumentación de herramientas de marketing	Campaña agresiva mediante medios de comunicación	Ampliar imagen en el mercado	20%	40%	60%	65%	80%
	Proyecto de análisis de competidores	Identificar las ventajas y desventajas de nuestra competencia	Ser competitivo	30%	40%	45%	60%	70%

ELABORADO: Carmen Macas Guamán.

TABLA 33 PROGRAMA DE CAPACITACIÓN AL TALENTO HUMANO

	Proyecto	Objetivos	Enfoque Estratégico	Metas				
				2014	2015	2016	2017	2018
Programa de Capacitación al Talento Humano de la Institución.	Proyecto de asesoría en atención y servicio al cliente.	Mejorar el Servicio al Cliente	Servicio de Calidad	30%	40%	45%	50%	90%
	Proyecto de Inducción de la Organización.	Buscar que el Talento Humano se sienta identificado.	Sentido de Pertenecía	35%	45%	55%	75%	100%
	Proyecto de relaciones humanas competitivas.	Generar el interés por ser competitivo	Compromiso con la organización	30%	40%	45%	60%	70%

ELABORADO: Carmen Macas Guamán.

TABLA 34 PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO A LA GESTIÓN TRANSACCIONAL

	Proyecto	Objetivos	Enfoque Estratégico	Metas				
				2014	2015	2016	2017	2018
Programa de Fortalecimiento a la Gestión Transaccional de la Cooperativa	Proyecto de implementación de sistemas informáticos.	Proporcionar conocimientos que contribuyan en el cumplimiento de tareas	Desarrollo organizacional	30%	40%	45%	50%	90%
	Proyecto de la Gestión Laboral	Analizar el desempeño y tiempos de atención.	Efectividad Laboral	35%	45%	55%	75%	100%
	Proyecto de implementación de nuevos servicios de acuerdo a las tendencias actuales	Fidelización de Clientes	Variedad de servicios	30%	40%	50%	60%	90%

ELABORADO: Carmen Macas Guamán.

TABLA 35. PROGRAMA DE EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO Y CUMPLIMIENTO DE METAS

	Proyecto	Objetivos	Enfoque Estratégico	Metas				
				2014	2015	2016	2017	2018
				Programa de Evaluación de desempeño y cumplimiento de metas en la organización.	Proyecto de análisis de Factores internos y externos	Identificar el FODA	Marcar la diferencia en el mercado	40%
Proyecto de evaluación continuo al Talento Humano.	Conocer habilidades, destrezas del talento humano	Personal capacitado y motivado	30%		40%	45%	60%	90%

ELABORADO: Carmen Macas Guamán.

4.12. PRESUPUESTO

En cuanto al presupuesto de los proyectos a implementar, tendría un costo de \$7,260.00

A continuación se detallan los proyectos con los materiales y el costo que generaría:

TABLA 36 PRESUPUESTO.

PROYECTOS	ESPECIFICACIÓN DE MATERIAL	COSTO
1. Proyecto de Imagen Corporativa C.O.	Recurso Humano, tecnológico y material	660
2. Proyecto de Instrumentación de herramientas de marketing	Recurso Humano y material	580
3. Proyecto de análisis de competidores	Recurso Humano, técnico, informáticos y tecnológicos	720
1. Proyecto de asesoría en atención y servicio al cliente.	Recurso Humano y material	750
2. Proyecto de Inducción de la Organización	Recurso Humano y material	700
3. Proyecto de relaciones humanas competitivas	Recurso Humano, material y tecnológico	650
1. Proyecto de implementación de sistemas informáticos.	Recurso tecnológico, humano e informático	750
2. Proyecto de evaluación de la Gestión Laboral.	Recurso Humano y material	650
3. Proyecto de implementación de nuevos servicio de acuerdo a las tendencias actuales.	Recurso Humano, técnico, informáticos y tecnológicos	580
1. Proyecto de Análisis de Factores Internos y Externos	Recurso Humano, tecnológico y material	570
2. Proyecto de evaluación continua al Talento Humano	Recurso Humano y material	650
\$		7.260

ELABORADO POR Carmen Macas Guamán

4.13. ANÁLISIS FINANCIERO.

En cuanto al análisis financiero en referencia a si es viable el proyecto se identificó los siguientes elementos financiero como son la TIR (Tasa Interna de Retorno) y el VAN (Valor Actual Neto).

TABLA 37 ACTIVOS E INVERSIÓN INICIAL.

ACTIVO FIJO	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Vida Útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
ESCRITORIOS Y SILLAS	15	18,00	270,00	5	54,00	4,50
INFOCUS	1	558,00	558,00	5	111,60	9,30
PIZARRON ACRILICO	1	34,89	34,89	5	6,98	0,58
TOTAL			862,89		172,58	14,38

OTROS ACTIVOS	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
SERVICIOS PROFESIONALES	11	550	6050
SUMINISTROS	11	50	550
OTROS GASTOS	11	60	660
TOTAL OTRO ACTIVOS			7.260,00

Activo Fijo	862,89
OTROS ACTIVOS	7.260,00
TOTAL INVERSION INICIAL	\$8.122,89

El valor de inversión será considerada de las aportaciones diarias de los 10 primeros meses del año que realicen los socios fundadores (26) por un monto de \$23.400 por lo cual no se realizara préstamos para financiamiento.

Los valores considerados son en base al presupuesto de los proyectos que se implantarían en la Cooperativa, dirigidos a los colaboradores con la aprobación de los socios para el costo. No se considera gasto por arriendo de local por motivo de que la capacitaciones van a ser impartidas en las instalaciones de la cooperativa.

En cuanto a la identificación de los valores del TIR y VAN, se puede mencionar que el proyecto es viable, debido a que el valor de inversión se recuperaría en el Año 2014, como se ilustra en la tabla.

TABLA 38 CALCULO TIR Y VAN

Cálculos de la TIR y el VAN						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Inversión Inicial	(8.123)	-	-	-	-	-
Capital de Trabajo	(72)	-	-	-	-	-
Préstamo Accionistas		-	-	-	-	-
Préstamo Bancario	-	-	-	-	-	-
INGRESOS	-	24.780	24.780	24.880	24.880	24.980
(-) COSTO DE VENTAS		(7.200)	(8.400)	(9.600)	(10.800)	(12.000)
UTILIDAD BRUTA		17.580	16.380	15.280	14.080	12.980
(-) GASTOS OPERACIONALES						
Gastos Administrativos	-	(6.293)	(6.915)	(7.607)	(8.372)	(9.219)
Gastos de Venta	-	(2.400)	(2.640)	(2.904)	(3.194)	(3.514)
TOTAL GASTOS OPERACIONALES	-	(8.693)	(9.555)	(10.511)	(11.567)	(12.733)
UTILIDAD OPERACIONAL	-	8.887	6.825	4.769	2.513	247
		-	-	-	-	-
EBTI	-	8.887	6.825	4.769	2.513	247
Pago Participación Trabajadores	-	-	(1.333)	(1.024)	(715)	(377)
Pago Impuesto a la Renta	-	-	(1.889)	(1.450)	(1.014)	(534)
(=) EFECTIVO NETO	-	8.887	3.603	2.295	784	(664)
(+) Depreciación y Amortización	-	173	183	201	227	259
(+) Valor residual de Activos	-	-	-	-	-	(259)
(+) Recuperación Capital de Trabajo	-	-	-	-	-	72
(=) FLUJO NETO DEL EJERCICIO	(8.195)	9.060	3.786	2.497	1.011	(592)

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	55,08%
--------------------------------------	---------------

VALOR ACTUAL NETO (VAN)	4.996,55
VALOR ACTUAL NETO (VAN)%	49,97%

4.14. PROCEDIMIENTOS

Es la acción de proceder o el método de ejecutar algunas cosas. Se trata de una serie común de pasos definidos, que permiten realizar un trabajo de forma correcta.

Procedimientos para Crédito.

El procedimiento para requerimiento de crédito dentro de la cooperativa es lo que realiza el Jefe de Crédito:

- Presentación de carpeta con solicitud de crédito informando cual es la finalidad de razón comercial.
- Documentos cédula y certificado de votación a colores.
- Planilla de servicio básico actualizada.
- Verificación del beneficiado en Buro de Crédito.
- Indagación sobre las necesidades del crédito.
- Inspección al lugar de trabajo o patrimonio del beneficiado.
- Informe final con reportes de inspección y calificación de cliente
- Entrega de informe a Gerencia para la respectiva aprobación por parte de la Comisión de Crédito.
- Resolución de crédito y firma de documentación reglamentaria.
- Acreditación de valores a cuenta de beneficiado.

Procedimientos para Cobros de Servicios Básicos y otro Servicios

En cuanto a lo referente a los procedimientos que se utilizan para la realización de cobros como servicios básicos, SOAT, RISE, Yanbal y Avon:

- Se implementa el sistema en línea de RAPIPAGOS, portal en internet al cual tiene accesos los cajeros con su respectivo usuario y contraseña.
- El cliente se acerca a oficinas y puede realizar las transacciones con código asignado de servicio, número de cédula o número de contrato.
- Cliente recibe comprobante de transacción efectuada.

Los procedimientos que la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., debe de aplicar para una mejor atención a sus clientes en lo referente a transacciones es el siguiente de acuerdo al manual que se tiene del sistema informático ECONEXUS.

4.14.1. Manual de procesos del sistema Econexus

4.14.1.1. Cómo registrar un cliente.

Usted puede registrar un cliente de la siguiente manera:

- Ingrese al módulo de CLIENTES
- Escoja MANTENIMIENTO
- Opción CLIENTES.
- Aparecerá una pantalla de nombre “*Información de clientes*”.
- Escoja en la barra de herramientas el icono NUEVO haga doble clic o presione ENTER.
- Llene toda la información del cliente en los campos activos.
- GUARDE la información en el icono respectivo en la barra de herramientas.
- Si no desea CANCELE la acción en el icono CANCELAR que se encuentra en la barra de herramientas.

4.14.1.2. Cómo generar las cuentas del cliente.

Usted puede generar las cuentas de ahorros, certificados de aportación, ahorros a la vista, etc. de cada cliente, para lo cual previamente tiene que tener registrado o creado el cliente con un número único (ver pregunta anterior), cumplido este requisito debe realizar lo siguiente:

- Ingrese al módulo de DEPOSITOS.
- Escoja PROCESOS.
- Opción GENERACION DE CUENTAS.
- Aparecerá El formulario “*Generación de cuentas*”.
- Ingrese el no. De cliente y presione ENTER.
- Escoja el tipo de captación que sólita y a continuación escoja el botón Generar Cuenta Ah.
- Revise los datos generados y guarde la información con el icono GUARDAR de la barra de herramientas.
- Aparece un cuadro de mensaje de confirmación de cuenta presione ACEPTAR

4.14.1.3. Como registrar notas de débito, notas de crédito, transferencias.

Usted puede registrar las NOTAS DE DEBITO, NOTAS DE CREDITO Y TRANSFERENCIA en el módulo de DEPOSITOS, y ND, NC en el módulo de INVERSIONES.

Módulo depósitos

- Ingrese al módulo de DEPOSITOS
- Escoja PROCESOS
- Opción OTRAS TRANSACCIONES.

- Le aparecerá una pantalla con el nombre de “*NDD, NDC, Transferencias*”,
- Ingrese el no. De Cliente, presione ENTER,
- Escoja el número de cuenta en la que se va a realizar la operación.
- A continuación escoja en el Recuadro de Operación el tipo de transacción si es ND, NC, o una transferencia.
- Escriba en Cuentas Contables el código de cuenta motivo por el cual se acredita o debita en la transacción.
- Si usted no recuerda el número de la cuenta puede Buscarla en el cuadro de Cuentas Contables.
- Si usted ha escogido la operación de transferencia se activará automáticamente el recuadro de “Se acredita a” en donde puede ingresar el número cliente al que se realizara la transferencia.
- No se olvide de llenar en todas las operaciones el recuadro de Detalle, usted debe llenar el motivo por el cual realiza esta operación.
- Para finalizar guarde la información.

Módulo inversiones

- Ingrese al módulo de INVERSIONES
- Escoja MANTENIMIENTO
- Opción NOTAS DÉBITO/CRÉDITO
- Le aparecerá una pantalla con el nombre de “*Notas de Débito/Crédito*”,
- En la que debe ingresar el no. De Cliente,
- presione ENTER,
- Escoja el número de cuenta en la que se va a realizar la operación.
- A continuación escoja en el Recuadro de Operación el tipo de transacción si es ND o NC.
- Escriba en Cuentas Contables el código de la cuenta contable motivo por el cual se acredita o debita en la transacción.

- En el cuadro de Cuentas Contables si usted no recuerda el número de la cuenta puede Buscarla aquí.
- En el recuadro de Detalle, usted debe llenar el motivo por el cual realiza esta operación.
- Para finalizar guarde la información.

Cómo cuadrar los movimientos de caja.

Usted puede divisar los Movimientos de caja en el módulo de DEPÓSITOS, CARTERA DE CRÉDITO y también en forma más consolidada en PARÁMETROS Y CONTROLES.

Módulo de depósitos.

- Ingrese al módulo de DEPÓSITO
- Escoja CONSULTAS
- Opción MOVIMIENTOS DE CAJA.
- Le aparecerá una pantalla con el nombre de “*Movimientos de Caja*”,
- En la debe hacer click en la barra de herramientas en el icono BUSCAR.
- Escoja el tipo de Caja, la fecha (mm, dd, aaaa), el tipo de orden que desea que aparezcan los datos.
- Haga click en la barra de herramientas en el icono VISTO para que se genere la tabla.
- Proceda a cruzar la información de la tabla con sus documentos.

Módulo de cartera de crédito

- Ingrese al módulo de CARTERA DE CRÉDITO.
- Escoja CONSULTAS.
- Opción RESUMEN DEL MOVIMIENTO DE CAJA.

- Le aparecerá una pantalla con el nombre “*Resumen de Movimiento de Caja*”.
- En la que debe hacer click en la barra de herramientas en el icono BUSCAR.
- Escoja el tipo de Caja, la fecha (mm, dd, aaaa), el tipo de orden que desea que aparezcan los datos.
- Haga click en la barra de herramientas en el icono VISTO para que se genere la tabla del movimiento de los créditos realizados en caja.
- Proceda a cruzar la información de la tabla con sus documentos.

Módulo de parámetros y controles.

- Ingrese al módulo de PARÁMETROS Y CONTROLES
- Escoja CONSULTAS
- Opción RESUMEN DE CAJA
- Le aparecerá una pantalla con el nombre de “*Resumen de Caja*”,
- Escoger el tipo de moneda, la caja, y la fecha que necesita para generar la tabla.
- Se procesa la información presionando el botón ACEPTAR.
- Para visualizar la información en la barra de herramientas seleccione el icono de VISTA PRELIMINAR.

4.14.1.4. Cómo cerrar las cuentas del cliente.

Para cerrar las cuentas el cliente debe tener sus obligaciones canceladas, si tiene Créditos no cancelados no podrá cerrar la cuenta, de igual manera si es Garante de un socio o si tiene cheques que no se han efectivizado el cliente NO PUEDE CERRAR LA CUENTA el sistema verifica esta información y no lo permite. Se cierra la cuenta solo con saldos disponibles.

A continuación realice lo siguiente para proceder a cerrar la cuenta:

- Ingrese al módulo de DEPÓSITO.
- Escoja PROCESOS.
- Opción CIERRE DE CUENTAS.
- Le aparecerá una pantalla con el nombre de “*Cierre de Cuentas*”.
- Escoja en la barra de herramientas el icono NUEVO.
- Ingrese el código de cliente o número de C.I. y presione ENTER.
- Escoja la cuenta a cerrarse.
- Llene los datos de los campos activos.
- Si el cliente tiene otro tipo de cuenta puede acreditar el valor que se encuentra en esta cuenta a cerrarse en la otra cuenta del socio.
- En la opción de “Acredita a” en donde podemos acreditar el valor correspondiente.
- No se olvide de llenar la razón del cierre.

4.14.1.5. Cómo imprimir los reportes de caja.

Usted puede divisar los Movimientos de caja en el módulo de DEPÓSITOS, CARTERA DE CRÉDITO, y también en forma más consolidada en PARÁMETROS Y CONTROLES.

Módulo de depósitos.

- Ingrese al módulo de DEPÓSITO.
- Escoja CONSULTAS.
- Opción MOVIMIENTOS DE CAJA.
- Le aparecerá una pantalla con el nombre de “Movimientos de Caja”.
- En la que debe hacer click en la barra de herramientas en el icono BUSCAR.

- Escoja el tipo de Caja, la fecha (mm, dd, aaaa), el tipo de orden que desea que aparezcan los datos.
- Haga click en la barra de herramientas en el icono VISTO para que se genere la tabla.
- Proceda a cruzar la información de la tabla con sus documentos.
- Si desea imprimir selecciones el icono de VISTA PRELIMINAR en la barra de herramientas.

Módulo de cartera de crédito.

- Ingrese al módulo de CARTERA DE CRÉDITO.
- Escoja CONSULTAS.
- Opción RESUMEN DEL MOVIMIENTO DE CAJA.
- Le aparecerá una pantalla con el nombre “*Resumen de Movimiento de Caja*”.
- En la que debe hacer click en la barra de herramientas en el icono BUSCAR.
- Escoja el tipo de Caja, la fecha (mm, dd, aaaa), el tipo de orden que desea que aparezcan los datos.
- Haga click en la barra de herramientas en el icono VISTO para que se genere la tabla del movimiento de los créditos realizados en caja.
- Proceda a cruzar la información de la tabla con sus documentos.
- Si desea imprimir selecciones el icono de VISTA PRELIMINAR en la barra de herramientas.

Módulo de parámetros y controles

- Ingrese al módulo de PARÁMETROS Y CONTROLES.
- Escoja CONSULTAS.
- Opción RESUMEN DE CAJA.

- Le aparecerá una pantalla con el nombre de “*Resumen de Caja*”.
- Escoger el tipo de moneda, la caja, y la fecha que necesita para generar la tabla.
- Se procesa la información presionando el botón ACEPTAR.
- Para visualizar la información en la barra de herramientas seleccione el icono de VISTA PRELIMINAR.
- Y si desea imprimir seleccione el icono de IMPRIMIR en la barra de herramientas.

4.14.1.6. Cómo provisionar las cuentas de depósitos.

Para provisionar las cuentas de depósito ya sea de forma mensual, semestral o anual procede de la siguiente manera:

- Ingrese al módulo de DEPÓSITOS
- Escoja PROCESOS
- Opción PROVISIÓN DE INTERÉS EN DEPÓSITOS
- Aparecerá una pantalla con el nombre de “*Calculo de intereses en depósitos*”.
- Seleccionar en la barra de herramientas el icono de NUEVO.
- Seleccionar el tipo de captación y la fecha.
- Haga clic en el icono de VISTO de la barra de Herramientas para confirmar lo realizado.
- Recuerde
- Que este paso genera un comprobante.
- Que para cada captación tiene que repetir el proceso.
- Que puede ver el documento en el módulo de Contabilidad,
- Escoja CONSULTA, opción COMPROBANTES, en el detalle DEPÓSITO DE SOCIOS, en Tipo de Documento DEPÓSITO DE SOCIOS.

4.14.1.7. Cómo provisionar las cuentas de inversiones.

Para provisionar las cuentas de Inversiones primero realizamos lo siguiente:

- Ingrese al módulo de INVERSIONES.
- Escoja PROCESOS.
- Opción PROVISION DE INTERES.
- Aparecerá una pantalla con el nombre de “*Provisión de Intereses*”.
- Seleccionar en la barra de herramientas el icono de NUEVO.
- Llene las casillas activas.
- Haga clic en el icono VISTO de la barra de Herramientas para confirmar lo realizado e iniciar el proceso.
- Recuerde
- Que este paso genera un comprobante.
- Que puede ver el documento en el módulo de Contabilidad, escoja CONSULTA, opción COMPROBANTES, en el detalle de DEPÓSITO DE SOCIOS, con Tipo de Documento DEPÓSITO A PLAZO FIJO.

4.14.1.8. Cómo acreditar los intereses.

Para acreditar los intereses a las cuentas puedes realizar con provisión anterior o directamente,

Acreditación con provisión

- Realizada LA PROVISION (pregunta anterior):
- Ingrese al módulo de DEPOSITOS
- Escoja PROCESOS
- Opción ACREDITACION DE INTERESES.
- Aparecerá una pantalla con el nombre “*Pago de intereses en depósitos*”,

- Presione el icono de NUEVO en la barra de herramientas
- Llene los datos en los campos activos.
- Haga clic en el icono VISTO de la barra de Herramientas para confirmar lo realizado.
- Recuerde
- Que la fecha a acreditar no debe ser mayor a la actual, si puede ser menor.

Acreditar directamente

Puede acreditar directamente los intereses sin provisionar:

Verifique que en la creación de la captación se encuentra activa la opción de Acreditación directa de Intereses en caso contrario actívela usted de la siguiente manera:

- Ingrese al módulo de DEPÓSITOS.
- Escoja DEFINICIONES.
- Opción DEPÓSITOS.
- En la pantalla con el nombre de “*Depósitos*”.
- Escoja la captación que desea realizar la operación con la flecha de siguiente.
- Elija el botón de EDITAR en la barra de herramientas para que se activen los campos.
- Seleccione la casilla de verificación de “Acreditación directa” haciendo un click.
- Guarde haciendo click en el icono de GUARDAR en la barra de herramientas.
- Salga haciendo click en el icono de SALIR en la barra de herramientas.
- A continuación acredite los intereses directamente:
- Ingrese al módulo de DEPÓSITOS.
- Escoja PROCESOS.

- Opción ACREDITACIÓN DIRECTA DE INTERES.
- Aparecerá una pantalla con el nombre de “*Acreditación directa de intereses*”.
- Seleccione en la barra de herramientas el icono de NUEVO.
- Llene las casillas activas, escoja el tipo de captación, la fecha para realizar la acreditación.
- Haga clic en el icono VISTO de la barra de Herramientas para confirmar lo realizado.
- Recuerde
- Que este paso genera un comprobante.
- Para cada captación repita todos los pasos.
- No necesita provisión
- No tiene que presentar provisión mensual o semestral.
- Afecta directamente al Gasto.
- La Activación es directa.

4.14.1.9. Cómo imprimir los movimientos o estados de cuentas del socio.

Para imprimir los Estados de Cuenta:

- Ingrese al módulo de DEPÓSITOS.
- Escoja CONSULTA.
- Opción ESTADOS DE CUENTA.
- Aparecerá una pantalla con el nombre “*Estado de cuentas de clientes/socios*”.
- Ingrese el número de cuenta del cliente.
- Si no tiene esta información escoja haciendo click El Botón del lado superior derecho con el nombre de VER CUENTAS.
- Digite el número de socio y presione ENTER, se desplegaran todas las cuentas del socio escoja una y cierre esta ventana presionando ENTER en el botón CERRAR.

- Se Proyectara el formulario anterior con la cuenta escogida presione ENTER y se visualizara la información del socio,
- Para imprimir algunos registros selecciónelos haciendo click en cada uno de ellos en la columna {Sel},
- Para seleccionar todos los registros haga click en la celda {sel}.

4.14.1.10. Como actualizar los movimientos pendientes del socio.

Usted puede actualizar movimientos del socio en el módulo de DEPÓSITOS, CARTERA DE CRÉDITOS E INVERSIONES.

Módulo depósitos

Para actualizar los movimientos pendientes del socio:

- Ingrese al módulo de DEPÓSITOS.
- Escoja PROCESOS.
- Opción ACTUALIZACIÓN DE LIBRETAS.
- Aparecerá una pantalla con el nombre “*Actualización de libretas*”.
- Ingrese el número de cuenta presione ENTER.
- Escoja el icono de IMPRIMIR e ingrese la libreta en la impresora.
- Recuerde:
- Que usted no puede visualizar la información.
- Solo se puede mandar a imprimir si tiene movimientos en la cuenta.

Módulo cartera de créditos.

Para actualizar los movimientos pendientes del socio:

- Ingrese al módulo de CARTERA DE CRÉDITO.
- Escoja PROCESOS.
- Opción ACTUALIZACIÓN DE LIBRETAS (CARTERA).

- Aparecerá una pantalla con el nombre de “*Actualización de Libretas (Cartera)*”.
- Ingrese el número del crédito y presione ENTER.
- Escoja el icono de IMPRIMIR e ingrese la libreta en la impresora.
- Recuerde
- Que usted no puede visualizar la información.
- Solo se puede mandar a imprimir si tiene movimientos en la cuenta

Módulo inversiones

Para actualizar los movimientos pendientes del socio:

- Ingrese al módulo de INVERSIONES
- Escoja PROCESOS
- Opción ACTUALIZACIÓN DE LIBRETAS (INV)
- Aparecerá una pantalla con el nombre “*Actualización de libretas (Inv.)*”
- Ingrese el número de la inversión y presiones ENTER.
- Recuerde
- Que usted no puede visualizar la información.
- Solo se puede mandar a imprimir si tiene movimientos en la cuenta

4.14.1.11. Cómo cambiar el capital de un dividendo a cancelarse.

Para cambiar el capital de un dividendo a cancelarse se lo puede realizar en el módulo de Cartera de Crédito, puede cambiar el valor del interés, incrementar interés de mora y otros en el módulo de Depósitos.

Módulo créditos

Aquí puede realizar el cambio Los dividendos

- Ingrese al módulo de CARTERA DE CRÉDITOS
- Escoja CONSULTAS
- Opción TABLA DE AMORTIZACIÓN

- Aparece una pantalla con el nombre “*Consultas: Tabla de Amortización*”.
- Seleccione en la barra de herramientas el icono BUSCAR.
- Ingrese el número del cliente presione ENTER.
- Haga click en la barra de herramientas en el icono de VISTO.
- Se desplegará la tabla de amortización de crédito, si desea modificar el capital de doble click en la cuota que debe cancelar cambie el valor presione ENTER o si desea cambiar la fecha también de doble click en la fecha anterior cambie a la fecha actual se recalculará el interés con el cambio de la fecha.

Módulo depósitos

- Ingrese al módulo de DEPÓSITOS
- Escoja MANTENIMIENTOS
- Opción TRANSACCION DE CAJA
- Aparecerá una ventana con el nombre “*Transacciones de Caja(Depósitos, Retiros, Pagos de dividendos)*”
- Ingrese los datos de los campos activos del cliente
- Presione F7 (Pago Dividendos) o escoja esta opción.
- Se activará la opción Créditos haga doble click
- Se desplegará la ventana de “tabla de amortización”,
- en esta ventana modifique los datos de interés cambiando la fecha de vencimiento
- Seleccione la opción actualizar y cambie: El valor de interés de mora, valor de seguro de desgravamen, valor de la notificación, valor judicial, valor de SOLCA.

4.14.1.12. Como obtener los saldos contables.

Puede obtener saldos contables a través del Balance General, Balance de Comprobación, Estado de Pérdidas y Ganancias.

Balance general.

- Ingrese al módulo de CONTABILIDAD
- Escoja CONSULTAS
- Opción BALANCE GENERAL
- Aparecerá una ventana con el nombre “*Balance General*”
- Haga click en el icono de NUEVO en la barra de herramientas,
- Escoja a que nivel desea se proyecten los datos,
- Escoja las firmas que van a ir en el pie del Balance.
- Haga click en el icono de VISTO en la barra de herramientas para que se procese la información,
- Si desea observar los datos haga click en el icono de VISTA PRELIMINAR en la barra de herramientas.
- Puede recuperar estos documentos en Excel copiando el directorio que se encuentra en la parte superior e ingresar por el explorador y BUSCARLO.

Balance de comprobación / diario mayor.

- Ingrese al módulo de CONTABILIDAD
- Escoja CONSULTAS
- Opción BALANCE DE COMPROBACION
- Aparecerá una ventana con el nombre “*Balance de Comprobación*”
- Haga click en el icono de NUEVO en la barra de herramientas,
- Escoja a la oficina, el año, las fechas del intervalo que desea se proyecten los datos.
- Si desee obtener el BALANCE DE COMPROBACIÓN, seleccione en el recuadro de Opciones Balance de Comprobación o Diario Mayor.
- Escoja las firmas que van a ir en el pie del Balance de Comprobación o Diario Mayor.
- Haga click en el icono de VISTO en la barra de herramientas para que se procese la información.

- Si desea observar los datos haga click en el icono de VISTA PRELIMINAR en la barra de herramientas.
- Puede recuperar estos documentos en Excel copiando el directorio que se encuentra en la parte superior e ingrese por el explorador y búsquelo.

Estado de pérdidas y ganancias

- Ingrese al módulo de CONTABILIDAD
- Escoja CONSULTAS
- Opción ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS
- Aparecerá una ventana con el nombre *“Estado de Pérdidas y Ganancias”*,
- Haga click en el icono de NUEVO en la barra de herramientas,
- Escoja a la oficina y el año en los campos activos.
- Escoja a que nivel desea se proyecten los datos,
- Escoja las firmas que van a ir en el pie en el Estado de Pérdidas y Ganancias.
- Haga click en el icono de VISTO en la barra de herramientas para que se procese la información,
- Si desea observar los datos haga click en el icono de VISTA PRELIMINAR en la barra de herramientas.
- Puede recuperar estos documentos en Excel copiando el directorio que se encuentra en la parte superior e ingrese por el explorador y búsquelo.

4.14.1.13. Como cambiar la fecha del comprobante

Para cambiar la fecha del comprobante:

- Ingrese al módulo de CONTABILIDAD
- Escoja PROCESOS
- Opción CORRECCION DE FECHA EN COMPROBANTES
- Aparece una pantalla con el nombre de *“Actualización Fecha de Comprobante”*,
- Ingrese los datos en las casillas activas

- Cambie la fecha destino con la nueva fecha del comprobante
- Guarde la información en el icono de NUEVO en la barra de herramientas.

4.14.1.14. Como ingresar los saldos iniciales del plan de cuentas.

- Ingrese al módulo de CONTABILIDAD
- Escoja PROCESOS
- Opción SALDOS INICIALES CONTABLES
- Aparece una pantalla con el nombre “*Saldos Iniciales Contables*”,
- Seleccione el icono NUEVO de la barra de herramientas,
- Ingrese en el cuadro de código el número de la cuenta contable y el saldo inicial.
- Presione el icono de VISTO en la barra de herramientas para procesar la información.

4.14.1.15. Como obtener la concentración /historial crediticio de un socio.

Podemos encontrar el historial crediticio de un socio en el módulo de Cliente en estado económico del cliente y pormenorizado de cliente de la siguiente manera:

Estado económico del cliente.

- Ingrese al módulo de CLIENTE
- Escoja CONSULTAS
- Opción ESTADO ECONÓMICO DEL CLIENTE u
- Aparece la pantalla con el nombre “*Estado Económico del Cliente*”
- Ingrese el número de cliente presione ENTER y se desplegaran la información del cliente.
- Haga click en el icono VISTO de la Barra de Herramientas para que se procese y se visualice la información.

Pormenorizado de cliente.

- Ingrese al módulo de CLIENTE
- Escoja CONSULTAS
- Opción PORMENORIZADO DE CLIENTE
- Aparece la pantalla con el nombre “*Pormenorizado de clientes*”
- Ingrese el número de cliente presione ENTER y se desplegaran la información del cliente.
- Haga click en el icono VISTO de la Barra de Herramientas para que se procese y se visualice la información.
- Escoja la información de acuerdo a su necesidad en cada pestaña.

4.14.1.16. Como obtener listados de clientes por opciones.

- Ingrese al módulo de CLIENTE
- Escoja CONSULTAS
- Opción LISTADO DE CLIENTES
- Aparecerá una ventana con el nombre de “*Listado de clientes*”
- Seleccione en las casillas activas los datos que usted requiere para que se visualice el listado de clientes.
- no se olvide de organizar y
- Ordene el reporte.
- Haga click en el icono de VISTO en la barra de herramientas para que se procese la lista.

4.14.1.17. Cómo bloquear y liberar los fondos de la cuenta de un cliente.

- Ingrese al módulo de DEPÓSITOS
- Escoja MANTENIMIENTO
- Opción PIGNORACIONES A DEPÓSITOS
- Aparece una pantalla con el nombre “*Pignoraciones a Depósitos*”

- Escoja el icono de BUSCAR en la barra de herramientas
- Ingrese el código de cuenta y/o el número de cliente
- Presione el icono de VISTO en la barra de herramientas
- Ingrese el valor a pignorar en el campo del cuadro.
- Digite el detalle de la pignoración en la consulta respectiva.
- Usted puede realizar hasta 5 pignoraciones.

4.14.1.18. Como modificar las tasas de intereses para depósitos

- Ingrese al módulo de DEPÓSITOS
- Escoja MANTENIMIENTO
- Opción TASAS DE DEPÓSITOS
- Aparece una pantalla con el nombre “*Tasas de Depósitos*”,
- Escoja el icono de BUSCAR en la barra de Herramientas,
- Ingrese las opciones que usted necesita consultar.
- Haga click en icono de BUSCAR de la barra de herramientas
- Se desplegará la información requerida.
- Escoja el icono de EDITAR en la barra de herramientas para modificar los datos.
- Si desea ingresar más filas presione la tecla “+”, y la tecla “-” para borrar las filas.

4.14.1.19. Como modificar cuentas contables para el módulo de depósitos

- Ingrese al módulo de DEPÓSITOS
- Escoja DEFINICIONES
- Opción DEPÓSITOS
- Aparecerá una ventana con el nombre de “*depósitos*”,
- Escoja la captación que desea realizar la operación con la flecha de siguiente.

- Elija el botón de EDITAR en la barra de herramientas para que se activen los campos.
- Seleccione en el cuadro de Cuentas Contables la cuenta respectiva y en la columna de Código ingrese el código.
- Guarde haciendo click en el icono de GUARDAR en la barra de herramientas.
- Salga haciendo click en el icono de SALIR en la barra de herramientas.

4.14.1.20. Como efectivizar un cheque de la cuenta del cliente.

Usted puede efectivizar un cheque de un cliente o todos los cheques de todos los clientes.

Efectivizar un cheque.

Para efectivizar un cheque de la cuenta del cliente:

- Ingrese al módulo de DEPÓSITOS.
- Escoja PROCESOS.
- Opción CONTROL DE IMPRESIÓN-EFECTIVIZACIÓN.
- Aparecerá una ventana con el nombre *“Control de Impresión-Efectivización”*,
- Ingrese el número de cuenta del cliente y presionar ENTER,
- Se desplegara la información en un cuadro en el que se encuentra una columna titula “Impr” que es la columna clave para realizar cambios en los estados de impresión y efectivización digite “S” o “N” respectivamente.
- Haga click en el icono de IMPRIMIR en la barra de herramientas para imprimir.
- Recuerde.
- Que para efectivizar un cheque no se cuenta el día sábado y domingo.

Efectivizar cheques.

Para la Efectivización de cheques:

- Ingrese al módulo de DEPOSITOS
- Escoja PROCESOS
- Opción EFECTIVIZACIÓN DE CHEQUES
- Aparece una pantalla con el nombre “*Efectivización de cheques*”.
- Seleccione el icono de NUEVO en la barra de herramientas,
- Elija la captación en la que desea realizar la Efectivización de los cheques.,
- Haga click en la barra de herramientas en el icono de VISTO para que se realice este proceso.
- Recuerde que para efectivizar un cheque no se cuenta el día sábado y domingo.

4.14.1.21. Como crear una comisión para cobro en caja

Para crear una comisión para cobro en caja debemos crear el nombre del grupo de las comisiones de la siguiente manera:

- Ingrese al módulo de DEPÓSITOS.
- Escoja DEFINICIONES.
- Opción GRUPO DE COMISIONES.
- Aparece una ventana con el nombre de “*GRUPO DE COMISIONES*”.
- Haga click en el icono de NUEVO en la barra de herramientas.
- Ingrese el código y nombre del grupo para crear el grupo de comisiones.
- Haga click en el icono de GUARDAR en la barra de herramientas.

A continuación creamos las comisiones.

- Ingrese al módulo de DEPÓSITOS.
- Escoja DEFINICIONES.

- Opción COMISIONES.
- Aparece una ventana con el nombre de “*COMISIONES*”.
- Haga click en el icono de NUEVO en la barra de herramientas.
- Ingrese información en los campos activos como en código de grupo de comisiones, descripción (nombre de la comisión), cuenta contable, y el valor.
- Haga click en el icono de GUARDAR en la barra de herramientas.

Ya creada el grupo de comisiones y las comisiones realice lo siguiente:

- Ingrese al módulo de DEPÓSITOS.
- Escoja MANTENIMIENTO.
- Opción TRANSACCIONES DE CAJA.
- Aparecerá la ventana con el nombre de “*Transacciones de Caja (Depósitos, Retiros, Pagos de Dividendos)*”.
- Ingrese el código del socio y/ número de cuenta de ahorros presione ENTER
- Se activara varios campos seleccione la opción Cobro de comisiones o la tecla F8.
- En la parte inferior derecha escoja el tipo de grupo de comisión por cobrar.
- Seleccione la pestaña de Comisiones, se presentará la información que ingresó en comisiones con sus respectivos valores que si puede modificar,
- Si desea imprimir el recibo existe un casillero que debe activar que tiene el nombre de “Imprimir el recibo por cobro de comisiones”.
- Selecciona la pestaña de Valores para ingresar el cobro.
- Registre el cobro ya sea en efectivo, cheque o débito de la cuenta.
- Guarde con la tecla F2 .o haga click en el botón GRABAR que se encuentra en la parte inferior.

4.14.1.22. Como activar las cuentas de un cliente.

- Ingrese al módulo de DEPÓSITOS.
- Escoja PROCESOS.
- Opción ACTIVACION E INACTIVACIÓN DE CUENTAS.
- Aparecerá una pantalla con el nombre “*Activación e inactivación de cuentas*”
- Seleccione el icono de NUEVO en la barra de herramienta.
- Ingresar el número de código del cliente y/o el número de identificación presione ENTER.
- En el combo de Cuenta(s) a activar seleccione la cuenta.
- Haga click en el icono de VISTO en la barra de herramientas.
- Si se encuentra realizando una desactivación de cuentas no lo podrá realizar en los siguientes casos:
- Si el socio se encuentra activo en cartera de Crédito con un crédito pendiente de pago o vigente, o si es garante de otro socio.

4.15. CONCLUSIONES

1. El presente trabajo de titulación busca mejorar el desempeño de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., de nivel administrativo y participativo en el medio en que se desarrolla su actividad comercial, de esta manera busca alcanzar unos de sus objetivos como incrementar su cartera de clientes y ser competitivo dentro del sector financiero con un personal altamente capacitado e identificado con la institución.
2. Con la implementación de forma adecuada de las estrategias y los cursos de acción se busca acaparar más mercado en el medio, como una meta a mediano plazo es posicionarse entre las mejores cooperativas de la Provincia y obtener un porcentaje representativo de participación en el medio financiero.
3. Con el Diseño del Plan Estratégico se busca que la cooperativa ofrezca un servicio de alta calidad y oportuna ofertada por su talento humano capacitado, siendo esta la gran diferencia en el mercado permitiendo que la institución alcance sus objetivos. Realizar evaluaciones de desempeño a los colaboradores con el fin de identificación de falencias o necesidades que se le presenten.
4. La Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda. desarrollará estrategias en el mercado para mejorar su imagen a nivel de la Provincia de Santa Elena. Ofreciendo diversidad de servicios con el fin de fidelizar clientes y obtener mayores ingresos.
5. Al culminar la propuesta se puede mencionar que es importante la aplicación de un Plan Estratégico debido a que permite a la organización buscar otras estrategias que sirvan de manera significativa en sus operaciones y ser más participativa en el medio.

4.16. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda realizar seguimiento y análisis al desarrollo del Plan Estratégico, con la finalidad de acoplarlo a la realidad del mercado, del entorno y de la misma cooperativa, de esta manera generar un proceso de control más efectivo en cuanto a la implementación de proyectos y su consecuente cumplimiento de objetivos generan un resultado positivo para la cooperativa y todos sus involucrados.
2. Es importante mantener un estudio de mercado para conocer las tendencias y cambios que se presentan en el ámbito comercial, con el fin de que las estrategias y planes de acción que se desarrollen vayan de acorde a las necesidades actuales, y permitan que la Cooperativa sea más competitiva en el medio en el que se desarrolla su actividad comercial.
3. Realizar un adecuado control sobre el desempeño de los colaboradores y el nivel de porcentaje que se encuentran cumpliendo con el alcance de las metas, siendo esto un factor importante para identificar falencias y poder aplicar capacitaciones en pos de mejora de cada uno y en beneficio de la cooperativa ofreciendo un servicio de alta calidad.
4. Se debe tomar en cuenta a sectores de gran movimiento económico, pues en la actualidad existen varios microempresarios con grandes proyectos que requieren financiamiento para su ejecución, lo cual sería un gran aporte al desarrollo de la provincia.
5. El planteamiento estratégico debe ser encaminado a través de un plan operativo que permita controlar el cumplimiento de metas y objetivos responsabilizando a todos los involucrados directivos, talento humano y socios con el desarrollo del mismo, tomando en cuenta los recursos asignados y el tiempo en el cual debe ejecutarse la actividad.

BIBLIOGRÍA.

ÀLVAREZ TORRES Martin G, Manual de Planeación estratégica, Primera edición, México 2006

BAENA LÓPEZ Guillermo, I+E Investigación Estratégica, Primera Edición, 2009.

BERNAL TORRES, Cesar Augusto; Metodología de la investigación para administración, economía; humanidades y ciencias sociales, México, Person Education, segunda edición 2006.

DE ARAUJO, R.; DE LA TORRE, J.; & BASTOS, El Clima Organizacional en el Diseño del Balanced Scorecard: Evaluación Psicométrica de un Instrumento de Medida, Segunda Edición, 2010.

FRANCES Antonio, Dirección y Planeación Estratégica en las Empresas y Organizaciones, Primera Edición, 2006.

FRED R. David, Conceptos de Administración Estratégica, Novena Edición, 2008.

GANDOLFO GAHAN, Juan, Los 6 pasos del planteamiento estratégico, México 2005. Primera edición en Punto de Lectura (formato maxi): mayo de 2010.

HERNÁNDEZ SAMPIERI Roberto; FERNANDEZ COLLADO Carlos; BAPTISTA LUCIO Pilar; Metodología de la Investigación; México, Cuarta edición 2006.

HODGE, B.J Anthony, William; GALES, Laurence. Teoría de la organización. Un enfoque estratégico. Editorial Pearson Educación; sexta edición; Madrid; 2003

LAUSSIÉ R. y ACHUA C, Liderazgo: Teoría, aplicación y desarrollo de habilidades, Segunda Edición, Thomson Editores, México, 2005.

MARTÍNEZ PEDRÓS, Daniel y Artemio Milla Gutiérrez, La elaboración del Plan Estratégico y su implantación a través del cuadro de Mando Integral, Primera edición, 2005.

MARTINEZ PEDRÓS, Daniel y Artemio Milla Gutiérrez, Introducción al Plan Estratégico, Ediciones Díaz de Santos, 2012.

MÉNDEZ Carlos Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación con Énfasis en Ciencias Empresariales, Bogotá, Limusa. 4ta edición, 2006.

RAMIREZ María, Evaluación de Estrategias para el mejoramiento de la Cultura Organizacional de una empresa de Joyería de Fantasía Caso Joyalmex S.A., México, Tesis de Grado, 2012.

RODRÍGUEZ VALENCIA Joaquín, Como aplicar la Planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa, quinta edición 2005.

SAINZ DE VICUÑA ANCIN José María, El Plan Estratégico en la Práctica, Editorial Esic, Segunda Edición, 2009.

THOMPSON JR, A. Arthur, J. Strickland III, Gamble John y Peteraf Margaret, Administración Estratégica, Edición 18, 2012.

TORO Jaramillo Iván Darío y Rubén Darío Parra Ramírez, Método y Conocimiento Metodología de la Investigación, Fondo Editorial, 2006.

WHEELEN L. Thomas y Hunger J. David, Administración Estratégica y Política de Negocios, Décima Edición, 2007.

ZAVALA SALAZAR Hernán, Planeación Estratégica aplicada a Cooperativas y demás formas asociativas y solidarias, Primera Edición, 2005.

PÁGINAS WEB

<http://www.asambleanacional.gob.ec/>

<http://www.inec.gob.ec/home/>

Leyes consultadas para el trabajo de investigación:

Reglamento a la Ley Orgánica Economía Popular y Solidaria (DE1278-23ago2012).

Registro Oficial Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011

ANEXOS

ANEXO 1. FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA AL TALENTO HUMANO DE LA COOPERATIVA.



UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
CARRERA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Determinar el grado en que un Diseño de un Plan Estratégico mejora la gestión en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., mediante la aplicación de una encuesta, que nos permita obtener información relevante para el desarrollo del trabajo de titulación.

Instrucciones: Marque con una **X** en el casillero correspondiente según su respuesta.

1.- ¿Se siente identificado usted con la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul donde presta sus servicios?

Si
NO
Tal Vez

2.- ¿Las tareas realizadas en su día laboral son de acorde al puesto de contratación?

Si
NO

3.- ¿Piensa usted que sus opiniones vertidas en reuniones son consideradas en las tomas de decisiones de la Cooperativa?

Si
NO
Tal Vez

4.- ¿Considera Ud. que la identificación de los factores internos y externos permitirá conocer cuáles son las debilidades de la empresa?

Si

NO

5.- ¿La aplicación de la evaluación de desempeño al talento humano de la Cooperativa permitirá conocer el rendimiento del talento humano?

Si

NO

Tal Vez

6.- ¿La asignación de los recursos permitirá mejorar el desempeño del talento humano?

Si

NO

Tal Vez

7.- ¿Cree usted que la aplicación de planes de acción permitirá el desarrollo eficiente de la empresa?

Si

NO

Tal Vez

8.- ¿La elaboración de nuevas estrategias competitivas permitirá que la empresa lidere mercado financiero?

Si

NO

Tal Vez

9.- ¿Considera usted que la aplicación de estrategias de marketing logrará acapara nuevos clientes?

Si

NO

Tal Vez

10.- ¿La asignación de los recursos adecuados permitirá aumentar la producción en la Cooperativa?

Si

NO

Tal Vez

11.- ¿El establecimiento de metas permitirá alcanzar los objetivos?

Si

NO

Tal Vez

12.- ¿El análisis del entorno de mercado de cooperativas financieras permitirá la aplicación de nuevas estrategias?

Si

NO

Tal Vez

13.- ¿Considera usted importante que la aplicación de nuevas estrategias competitivas permitirá tener una ventaja ante la competencia? ¿Por qué?

.....
.....
.....
.....
.....

Gracias por su Colaboración.

ANEXO 2 FORMATO DE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE LA COOPERATIVA.



UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
CARRERA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Determinar el grado de posicionamiento en el mercado de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., mediante la aplicación de una encuesta, que nos permita obtener información relevante para el desarrollo del trabajo de titulación.

Instrucciones: Marque con una **X** en el casillero correspondiente según su respuesta.

1.- ¿Cuál es el grado de satisfacción que le daría usted como cliente a los servicios que presta la Cooperativa Costa Azul?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>
Muy mala.	<input type="checkbox"/>

2.- ¿Como califica usted la atención al cliente de los trabajadores de la Cooperativa Costa Azul?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>
Muy mala.	<input type="checkbox"/>

3.- ¿Considera usted que el tiempo de respuesta a sus solicitudes y requerimientos es?

Excelente	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>
Mala	<input type="checkbox"/>
Muy mala.	<input type="checkbox"/>

4.- De los servicios que ofrece la Cooperativa ¿Cuál ha sido utilizado por usted por lo menos una vez al año?

Ahorros Créditos
Otros.....

5.- ¿Considera usted que la Cooperativa se encuentra identificada en el mercado financiero?

Si
NO
Tal Vez

6.- ¿Qué tipo de medio de comunicación considera usted que atraería la atención de futuros clientes?

Radio
TV
Periódicos
Revistas
Internet

7.- ¿Piensa usted que la Cooperativa cuenta con un lugar físico adecuado para el desarrollo y atención de sus clientes?

Si
NO
Tal Vez

8.- ¿Que recomendación daría usted a los directivos de la Cooperativa para que incremente sus cartera de clientes?

.....
.....
.....
.....

Gracias por su Colaboración.

ANEXO 3. FORMATO ENCUESTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS DE LA COOPERATIVA



UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
CARRERA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Objetivo: Determinar el grado en que un Diseño de un Plan Estratégico mejora la gestión en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda., mediante la aplicación de una encuesta, que nos permita obtener información relevante para el desarrollo del trabajo de titulación.

Instrucciones: Marque con una **X** en el casillero correspondiente según su respuesta.

1.- ¿Se siente identificado usted con la Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul del cual es socio?

Si	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
Tal Vez	<input type="checkbox"/>

2.- ¿Considera usted que la Cooperativa ha cumplido con sus expectativas?

Si	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

3.- ¿Piensa usted que el diseño de un plan estratégico sería de gran apoyo al desarrollo de la institución?

Si	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
Tal Vez	<input type="checkbox"/>

4.- ¿Considera usted conveniente que el plan estratégico propuesto mejorara el desempeño del talento humano?

Si	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>
Tal Vez	<input type="checkbox"/>

5.- ¿Cree usted que la empresa se encuentra identificada en el medio que se desenvuelve?

Si

NO

6.- ¿Ud. como socio y cliente de la institución ha recomendado a otras personas para su afiliación?

Si

NO

7.- ¿Ud. como miembro de la institución que valores corporativos cree que posee la institución y cuales debería implementar?

.....
.....
.....
.....
.....

Gracias por su Colaboración.

ANEXO 4. FORMATO DE ENTREVISTA.



UNIVERSIDAD ESTADAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
CARRERA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA

1. **¿Qué medios informativos aplica la Cooperativa para incrementar su cartera de clientes?**

2. **¿Considera usted que las tasas de interés que se aplican en créditos actuales son adecuados?**

3. **¿El talento humano con el que cuenta la institución está capacitado para las labores encomendadas?**

4. **¿Durante el tiempo que presta sus servicios en la Cooperativa considera que la misma se encuentra reconocida a nivel provincial?**

5. **¿Su cartera de clientes actuales se centran solo en la Ciudad de La Libertad?**

6. **¿Qué medios utiliza la cooperativa para los recaudos de los valores?**

7. **¿Considera importante usted que la Cooperativa tuviese sucursales en los diferentes cantones de Provincia de Santa Elena?**

8. **¿Cree usted que el espacio físico actual es idóneo para las labores diarias?**

9. **¿Qué recursos y materiales considera usted que serían de gran aporte para el talento humano?**

10. **¿Cómo proyecta usted a la Cooperativa dentro de 4 años?**

11. **¿Usted como Gerente de la institución que valores corporativos debería implementar la organización para su desarrollo?**

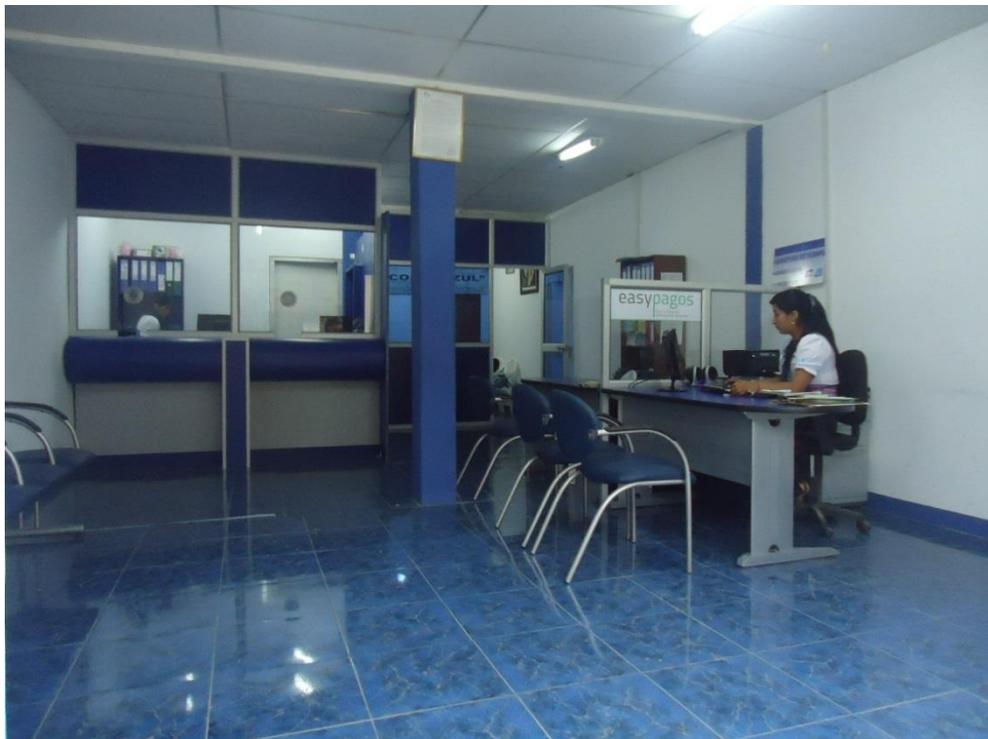
12. **¿Cómo considera usted la idea del diseño de un Plan Estratégico para la cooperativa?**

Gracias por su Colaboración.

ANEXO 5. LISTADO DE SOCIOS DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO COSTA AZUL LTDA.

N	NOMBRE Y APELLIDOS	CÉDULA
1	Aguagallo Contero Martha Alicia	060319094-3
2	Aguagallo Contero Víctor Oswaldo	060375819-4
3	Aguagallo Contero María Beatriz	092454046-1
4	Aguagallo Cayambe Manuel	060299244-8
5	Aguagallo Montero Segundo	060258747-9
6	Asqui Contero Fanny Maribel	060444588-2
7	Caiza Galarza Isaura Verónica	091947624-2
8	Guapi Flores Lilia Verónica	240018863-3
9	Guapi Janeta Segundo Efraín	060405232-4
10	Guape Cayambe Manuel	060230781-1
11	Guapi Janeta José Antonio	060306880-0
12	Guapi Flores Sonia Janeth	240003294-8
13	Gualán Valdez Nancy Olivia	060391596-8
14	Hipo Cayambe Segundo Fermín	060299808-0
15	Hipo Cayambe María Angelita	060409332-8
16	Hipo Cayambe Ana Lucía	060436463-8
17	Lozano Chuma Carlos Armando	091751417-6
18	Mullo Toabanda María	060290823-8
19	Pilco Contero Marco Antonio	060347588-7
20	Pilco Contero Luz Magdalena	060347354-7
21	Pilco Contero María Dolores	060400155-2
22	Pilco Pilco Pedro Vicente	060333650-4
23	Pilco Pilco Segundo Manuel	060262932-1
24	Pilco Contero Carlos Segundo	060266181-1
25	Pilco Contero Ana Lucia	060444587-4
26	Yumiseba Cujilema Paula Victoria	092518084-6

ANEXO 6. INSTALACIONES DE LA ORGANIZACIÓN.



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ANEXO 7 TALENTO HUMANO DE LA COOPERATIVA.



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

ANEXO 8 EVIDENCIA DE APLICACIÓN DE ENTREVISTA.



FUENTE: Cooperativa de Ahorro y Crédito Costa Azul Ltda.

COOPERATIVA DE AHOROS Y CREDITOS
"COSTA AZUL" LTDA.
LA LIBERTAD-SANTA ELENA- ECUADOR
RUC: 2490003315001 ACUERDO MINISTERIAL #0201



La Libertad 04 de Enero del 2014.

Ing.
Jairo Cedeño Pinoargote, MAE
DIRECTOR DE LA CARRERA.

Dé mi consideración:

Por medio de la presente reciba usted un cordial saludo, Augurándole éxitos en su importante misión

La Cooperativa de Ahorro y Crédito "Costa Azul" Ltda. CERTIFICA que la Señorita Macas Guaman Carmen Silvia, HA SOLICITADO INFORMACION REFERENTE A LA COOPERATIVA PARA REALIZAR SU TESIS EN RELACION AL TEMA A DESARROLLARSE ES "DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO COSTA AZUL LTDA. DEL CANTON LA LIBERTAD".

El departamento Administrativo Da fe de que la Información requerida es de total validez

Este Documento será válido solo para la persona que lo solicito es todo lo que se puede mencionar en Honor a la Verdad

Sin más que expresar, me suscribo no sin antes agradecerle y desearle éxitos en sus funciones encomendadas.


Sonia Guapi Flores
Asistente General.
Coac. Costa Azul Ltda.





ACUERDO No. 0201
ARQ. FRANCISCO ESTARELLAS SOLIS
SUBSECRETARIA REGIONAL DEL LITORAL

CONSIDERANDO:

Que de conformidad a lo prescrito en el Art. 246 de la Constitución Política de la República del Ecuador, el Estado Ecuatoriano reconoce y garantiza, regula y promueve el desarrollo de las empresas comunitarias o de autogestión como las cooperativas.

Que, según el Arts. 7, y 154 de la Ley de Cooperativas, en concordancia con lo dispuesto en el Art. 121 literal a) del Reglamento General de la ley de Cooperativas, la Dirección Nacional de Cooperativas, es la dependencia del Ministerio de Inclusión Económica y Social, que en su representación, realiza todos los trámites para la aprobación y registro de la Organizaciones Cooperativas,

Que de conformidad a los Artículos primero y segundo del Acuerdo Ministerial No. 0747 de fecha 23 de agosto del 2007, suscrito por la Ministra del Ministerio de Inclusión Económica y Social, se delego las atribuciones y competencias determinadas en la Ley de Cooperativas Resolución No. 000082 de fecha 11 de Octubre del 2007, suscrita por el Director Nacional de Cooperativas Economista Milton Maya Díaz.

Que, el Estatuto de la Pre- Cooperativa de Ahorro y Crédito "COSTA AZUL LTDA.", fue discutido y aprobado en tres asambleas de fecha 07, 14, y 21 de Septiembre del 2009.

Que, la Pre-Cooperativa de Ahorro y Crédito "COSTA AZUL LTDA." con domicilio en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, ha presentado la documentación para que se apruebe el estatuto, y concesión de personería jurídica a la mencionada organización, la misma que ha cumplido con los requisitos exigidos en la Ley de Cooperativas y su Reglamento General.

En uso de las atribuciones que le confiere la Ley de Cooperativas y su Reglamento General.

ACUERDA:

Art.1.- Aprobar el Estatuto, y conceder Personería Jurídica a la Cooperativa de Ahorro y Crédito "COSTA AZUL LTDA." con domicilio en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, Republica del Ecuador, la que no podrá apartarse de las finalidades específicas, para las cuales se constituyó, ni operar en otra clase de actividades que no sea las de Ahorro y Crédito, bajo las prevenciones señaladas en la ley de Cooperativas y su Reglamento General, con las siguientes modificaciones: PRIMERA.; En el Art. 4 suprimase "objeto" y póngase "fines" SEGUNDA: En el Art. 51 segundo inciso, suprimase "un año" y póngase "dos años". TERCERA; suprimase el contenido del Art. 62 y póngase "Los certificados de aportación (valorados en 0,04 ctvs, de dólares de los Estados Unidos de America), serán de igual valor, transferibles únicamente entre socios o a favor de la Cooperativa, por la autorización del consejo de Administración." CUARTA: En el Art. 100 suprimase "Progresar Ltda.", y póngase "COSTA AZUL LTDA." QUINTA: Después del Art. 10

JUNTOS POR EL BUEN VIVIR

Ave. Francisco. de Arrellana y Justino Cornejo, 2do piso, Edif. Min. Litoral



Agréguense los siguientes Artículos. Art.... “La cooperativa se sujetara a la legislación nacional vigente y a los respectivos Organismo de Control” Art...”. Los conflictos internos de la cooperativa deben ser resueltos por organismo propios de la organización y con sujeción a las disposiciones del presente estatuto, en caso de no lograr solución de los conflictos los mismos serán sometidos a la resolución de los Centros y Tribunales de Mediación y Arbitraje, cuya acta deberá ser puesta a conocimiento de la Administración del Sistema de Cooperativas del Ministerio de Inclusión Económica y Social”, Art... “En caso de controversia del presente estatuto, con la Ley de Cooperativa y su Reglamento General, o con cualquier norma general, prevalecerá las disposiciones de orden legal de mayor jerarquía”

Art. 2.- Registrar en calidad de socios fundadores a las siguientes personas, en apego a lo determinado en el Art. 6 del Reglamento General de la Ley de Cooperativas:

NOMBRES	CEDULA
AGUAGALLO CONTERO MARTHA ALICIA	0603190943
AGUAGALLO CONTERO VICTOR OSWALDO	0603758194
AGUAGALLO CONTERO MARIA BEATRIZ	0924540461
AGUAGALLO CAYAMBE MANUEL	0602992448
AGUAGALLO MONTERO SEGUNDO	0602587479
ASQUI CONTERO FANNY MARIBEL	0604445882
CAIZA GALARZA ISAURA VERONICA	0919476242
GUAPI FLORES LILIA VERONICA	2400188633
GUAPI JANETA SEGUNDO EFRAIN	0604052324
GUAPI CAYAMBE MANUEL	0602307811
GUAPI JANETA JOSE ANTONIO	0603068800
GUAPI FLORES SONIA JANETH	2400032948
GUALAN VALDEZ NANCY OLIVA	0603915968
HIPO CAYAMBE SEGUNDO FERMIN	0602998080
HIPO CAYAMBE MARIA ANGELICA	0604093328
HIPO CAYAMBE ANA LUCIA	0604364638
LOZANO CHUMA CARLOS ARMANDO	0917514176
MULLO TOABANDA MARIA	0602908238
PILCO CONTERO LUZ MAGDALENA	0603473547
PILCO CONTERO ANA LUCIA	0604445874
PILCO PILCO PEDRO VICENTE	0603336504
PILCO CONTERO MARCO ANTONIO	0603475807
PILCO CONTERO MARIA DOLORES	0604001552
PILCO CONTERO SEGUNDO CARLOS	0602661811
PILCO PILCO SEGUNDO MANUEL	0602629321



YUMISEBA CUJILEMA PAULA VICTORIA

0925180846

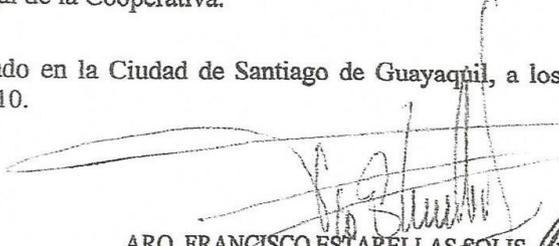
Art. 3.- Reconocer a la Asamblea General de socios como la máxima autoridad y Organismo competente para resolver los problemas internos de la **Cooperativa de Ahorro y Crédito "COSTA AZUL LTDA."**.

Art. 4. – Los conflictos Internos de las Organizaciones sociales aprobadas por esta Cartera de Estado y de estas entre sí deberán ser resueltas de conformidad con las disposiciones Estatutarias y en caso de persistir, se someterán a lo establecido en las disposiciones señaladas es Ley y Reglamento General de Cooperativas.

Art. 5.- Disponer que dentro de 30 días posteriores a la emisión del presente Acuerdo Ministerial la **Cooperativa de Ahorro y Crédito "COSTA AZUL LTDA"** con domicilio en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena, comunique la nómina de la nueva directiva para fines estadísticos, conforme los Organismos internos de la organización, de Acuerdo al Art. 35 del Reglamento General de la Ley de Cooperativas, remita la documentación justificativo para su registro.

Art. 6.- Ordénese la inscripción en el Registro que lleva la Dirección Nacional de Cooperativas, para que a partir de la fecha del registro, quede fijado el principio de existencia legal de la Cooperativa.

Dado y firmado en la Ciudad de Santiago de Guayaquil, a los ocho días del mes de Marzo del 2010.


ARQ. FRANCISCO ESTARELLAS SOLÍS
SUBSECRETARIO REGIONAL DEL LITORAL
DEL MINISTERIO DE INCLUSION ECONOMICA Y SOCIAL

Oficio No. 130-JRA.-Trámite con 10% fejas útiles
Elaborado por: Abg. José Ramírez
Revisado por: Ec. Jorge Guevara Fariñas



Ing. Washington Perero Vera, MSc.
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
Cel.0994649678

CERTIFICO

Que he procedido a revisar la GRAMÁTICA del trabajo de la Srta. CARMEN SILVIA MACAS GUAMÁN, cuyo tema de tesis es "DISEÑO DE PLAN ESTRATÉGICO PARA LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO COSTA AZUL LTDA., EN EL CANTÓN LA LIBERTAD, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014-2018".

Es todo cuanto puedo certificar con respecto a la revisión de la tesis de grado, por lo que la interesada puede darle el uso que estime conveniente al presente documento.

La Libertad, Febrero de 2014

Atentamente



Ing. Com. Washington Perero Vera, M.Sc.
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
REGISTRO NÚMERO 1006-06-669797
C.I. 0914299250